



Instituto Politécnico de Coimbra

Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Susana Daniela Sá Rodrigues Cardoso

Divulgação financeira como instrumento de responsabilidade fiscal em Portugal: um estudo exploratório

Divulgação financeira como instrumento de responsabilidade fiscal em Portugal

Susana Daniela Sá Rodrigues Cardoso

ISCAC | 2020

Coimbra, julho de 2020



Instituto Politécnico de Coimbra

Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Susana Daniela Sá Rodrigues Cardoso

**Divulgação financeira como instrumento de
responsabilidade fiscal em Portugal: um estudo
exploratório**

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de **Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial**, realizada sob a orientação do Professor Dr. Alexandre Miguel Fernandes Gomes da Silva e coorientação da Professora Dra. Cidália Maria da Mota Lopes.

Coimbra, julho de 2020

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaro ser a autora desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido a outra Instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

DEDICATÓRIA

Expresso a minha gratidão à minha mãe.

AGRADECIMENTOS

Aos meus orientadores, Prof. Dr. Alexandre Silva e Prof. Dra. Cidália Lopes pelo incentivo à realização desta dissertação. Foram uma ajuda preciosa ao longo do percurso especialmente nos dias de maior desânimo. A presença dos orientadores é também essencial, tanto no desenho do plano de investigação inicial, como no acompanhamento ao longo das etapas e nos ajustes que vão sendo necessários.

Aos meus pais, Olinda e Alberto, e à minha irmã Cristina agradeço o suporte que são e que continuaram a ser, a família é a nossa estrutura base e quanto a eles estou permanentemente grata.

Aos meus amigos Diana e Carlos por todo o apoio na elaboração desta dissertação.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo o estudo sobre a divulgação financeira como instrumento de responsabilidade fiscal em Portugal, em especial a análise da transparência relativa a impostos sobre o rendimento e a responsabilidade social e fiscal, por parte de 18 empresas cotadas na Euronext Lisboa, referente ao ano de 2018. Para tal, foi criado o Índice de Divulgação da Responsabilidade Fiscal numa análise substantiva e processual.

Para este estudo, foi verificada a importância que cada empresa toma na divulgação de informação sobre os temas em análise. Sendo assim, foi analisado o que está regulamentado na lei e o que é divulgação voluntária, isto é, o obrigatório, responsabilidade fiscal, e o facultativo, responsabilidade social.

Os meios de comunicação para a obtenção dos dados foram os relatórios e contas e os relatórios de sustentabilidade, recolhidos nos respetivos *websites* institucionais.

Os resultados obtidos revelam a posição de cada empresa no que respeita à divulgação da responsabilidade fiscal. Assim, o principal objetivo de verificação é também consciencializar as empresas da necessidade da responsabilidade fiscal e permitir uma maior transparência dos pagamentos feitos pelas grandes empresas, no sentido de ir ao encontro do interesse público e comunitário.

Esta investigação contribui para um estudo base de futuras investigações. Assim, define ainda um primeiro indicador para estas empresas, dando o mote e o exemplo a seguir em exercícios futuros, tornando explícita a responsabilidade fiscal e a procura por comportamentos transparentes. Durante os trabalhos, a coincidência da pandemia Covid-19 veio trazer uma atualidade e uma atenção sobre o tema, havendo até, nas redes sociais, petições e opiniões sobre a divulgação e o pagamento de impostos, em países diferentes dos da atividade da empresa.

Apesar de este estudo possuir limitações dada a abrangência desta temática, sugere-se, num trabalho futuro, o seu aprofundamento, quer através de uma amostra com empresas cotadas, mas não pertencentes ao PSI 20, (empresas espanholas e francesas), trabalhando uma amostra de maior dimensão, quer como a análise do impacto da pandemia Covid-19, numa análise do ano 2019, antes da pandemia, e do ano 2020, durante a pandemia.

Palavras-chave: Imposto sobre o rendimento, Relatório de Sustentabilidade, Relatório e Contas, Responsabilidade Fiscal, Responsabilidade Social.

ABSTRACT

This dissertation aims to study financial disclosure as an instrument of fiscal responsibility in Portugal, in particular the analysis of transparency on income taxes and social and fiscal responsibility by 18 companies listed on Euronext Lisbon during 2018. For this reason, the Fiscal Responsibility Disclosure Index was created in a substantive and procedural analysis.

It was verified the importance that each company takes in the dissemination of information on the topics under analysis. Therefore, it was analysed what is regulated in the law and what is released voluntarily, that is, the mandatory, fiscal responsibility and the optional, social responsibility.

The means of communication used to obtain data were the reports and accounts and sustainability reports, collected from the respective institutional websites.

The results obtained reveal the position of each company as far as the tax liability is concerned. Thus, the main objective of verifying is also to make companies aware of the need for fiscal responsibility and allow a greater transparency of payments made by large enterprises, in order to meet the public and community interest.

This work can be used as basis for future research. It also defines a first indicator for these companies, setting the motto and the example to follow in future years, making fiscal responsibility explicit and asking for transparent behaviours. While preparing this work, the Covid-19 pandemic brought attention to the topic, and even petitions and opinions about the disclosure and payment of taxes, in countries other than those of the company's activity were started on social networks.

Although this study has limitations, given the relevance of this topic, it is suggested, in a future work, further deepening, either through a sample of listed companies not belonging to PSI 20, (Spanish and French companies), working on a larger sample, or through an analysis of the impact of the Covid-19 pandemic, in an analysis of the year 2019, before the pandemic and in the year 2020, during the pandemic.

Keywords: Income tax, Sustainability Report, Report and Accounts, Fiscal Responsibility, Social Responsibility.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO	1
• Justificação do Estudo	3
• Objetivos do Estudo	4
• Estrutura do Trabalho	4
1. CAPÍTULO 1 - A RESPONSABILIDADE FISCAL, SOCIAL E ÉTICA DAS EMPRESAS: REVISÃO DA LITERATURA	6
1.1 A Responsabilidade Fiscal, Social e Ética das Empresas: Conceitos	6
1.1.1 A Responsabilidade Fiscal	6
1.1.2 A Responsabilidade Social e Ética	8
1.2 A Responsabilidade Fiscal e Social: Revisão Comparada de Estudos e Metodologias	16
1.3 A Divulgação na Preparação das Demonstrações Financeiras e na Utilização da Informação Financeira	19
1.4 O Governo das Sociedades	23
• Caso Starbucks	24
• Caso McDonalds	25
1.5 Notas Conclusivas	25
2. CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA	27
2.1 Definição da Amostra	31
2.2 Fonte de Dados	32
2.3 Definições das Variáveis	34
2.4 Hipóteses	35
2.5 Ferramentas de Suporte à Recolha e Validação dos Dados	36
3. CAPÍTULO 3 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	40

3.1	Análise Descritiva.....	40
3.2	Divulgação de Informação de Imposto Sobre o Rendimento e de Sustentabilidade por Empresa.....	41
4.	CAPÍTULO 4 - DISCUSSÃO E CONCLUSÃO	52
4.1	Conclusões Finais	54
	APÊNDICES	60
	APÊNDICE 1 - Indústria e setor de atividade por empresa segundo o ICB	61
	ANEXOS	62
	ANEXO 1	63
	ANEXO 1 - Recolha de dados e apuramento da taxa efetiva de imposto das empresas do PSI 20.....	64

ÍNDICE DE TABELAS E FIGURAS

Tabela 1 - Amostra das empresas cotadas na Euronext Lisboa de 2018	32
Tabela 2 - Registo da existência de relatório e contas e relatório de sustentabilidade de cada empresa de 2018	33
Tabela 3 - Mensuração das variáveis da hipótese: boa governança fiscal substantiva...	34
Tabela 4 - Mensuração das variáveis da hipótese: boa governança fiscal processual	35
Tabela 5 - Distribuição das empresas da amostra por setores	39
Tabela 6 - Número de empresas por setor	40
Tabela 7 - Número total de páginas dos relatórios e contas e dos relatórios de sustentabilidade de 2018	42
Tabela 8 - Top 5 das empresas que divulgam mais informação relativa a impostos sobre o rendimento e sustentabilidade no relatório e contas de 2018	44
Tabela 9 - Top 5 das empresas que divulgam mais informação sobre sustentabilidade no relatório de sustentabilidade de 2018.....	45
Tabela 10 - Relação entre variável	47
Tabela 11 - Variabilidade do número de páginas	48
Tabela 12 - Proposta de KPIs de responsabilidade fiscal corporativa	49
Tabela 13 - Ordenação das empresas segundo o KPI proposto	50

Lista de abreviaturas, acrónimos e siglas

§ - Parágrafo

CMVM - Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

IAS - *International Accounting Standards*

IASB - *International Accounting Standards Board*

ICB - *Industry Classification Benchmark*

IFRS - *International Financial Reporting Standards*

IRC - Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas

N.º - Número

NIC - Normas Internacionais de Contabilidade

PSI - *Portuguese Stock Index*

SABI - Sistema de Base de Dados Ibérico

SNC - Sistema de Normalização Contabilística

INTRODUÇÃO

Num mundo onde conceitos como diversificação e inovação estão cada vez mais na moda, aliados aos elevados níveis de competitividade, há a necessidade de elaborar relatórios cada vez mais pormenorizados, sendo a informação divulgada cada vez mais importante para aliciar os investidores.

As empresas utilizam vários meios de comunicação para mostrarem a sua diferenciação, como por exemplo os relatórios e contas. É neste contexto que surge o interesse em estudar o que as empresas portuguesas divulgam relativamente à responsabilidade fiscal e social nos seus relatórios anuais. Sendo assim, o presente estudo terá em conta os relatórios e contas, mas também outro meio de divulgação, os relatórios de sustentabilidade.

As empresas constituem-se, não só para atingir determinados objetivos, destacando-se como objetivo prioritário a sua sobrevivência, como também porque os empreendedores esperam, por essa via da sobrevivência, obter lucro, que por sua vez implica outros objetivos de menor prioridade, mas coincidentes com os fundamentais. Ao longo dos tempos, tem vindo a aumentar o número dos que defendem a existência da responsabilidade social das empresas para com a sociedade. Parece também incontestável que as empresas que sistematicamente não criam qualquer valor para a sociedade acabarão, mais cedo ou mais tarde, por deixar de obter lucro e ter de abandonar o mercado.

A questão da responsabilidade social é um tema emergente, atual e de crescente importância no seio das entidades. No caso empresarial, o envolvimento social cria uma imagem pública positiva, o que pode resultar na atração de clientes, empregados e investidores (Teixeira, 2005). Existe uma tendência cada vez maior, por parte das empresas, de integrar no seu relatório anual, secções sobre questões sociais (proteção do ambiente, diminuição da poluição, bem-estar dos trabalhadores e da sociedade).

A pandemia provocada por Covid-19, que atualmente vivemos, poderá reforçar mais esta consciência social e fiscal no cumprimento dos impostos.

As práticas tributárias das multinacionais portuguesas são objeto de discussão nos dias de hoje. A quantidade de impostos que as empresas multinacionais pagam tornou-se um assunto de interesse para a população geral e não apenas para as autoridades fiscais.

O Estado exerce a sua atividade com poderes coercivos exclusivos de intervir e regular o mercado, por isso, intervém publicamente sobre a realidade económica e social, procurando atingir o pleno emprego dos recursos, o crescimento estável da economia e um nível de bem-estar adequado e justo.

Os impostos são um fenómeno social e um dever fundamental de cidadania, como garantia de direitos fundamentais e a transparência neste âmbito é um fator importante nas empresas, permitindo que todos consigam compreender as regras existentes e a informação passada entre os vários departamentos.

A atual pandemia provocada pela Covid-19 implica um potencial impacto económico, gerando um inevitável grau de incerteza para as empresas e para a sua resiliência financeira e operacional, bem como para os investidores e demais partes interessadas, entre as quais se incluem colaboradores, credores, fornecedores e clientes.

Perante os desenvolvimentos observados causados pela pandemia, com relevantes impactos em toda a economia, ainda que distintos nos vários setores e, considerando a incerteza quanto à evolução da atividade económica nos próximos meses e à recuperação que se lhe seguirá, a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM)¹ sublinha a relevância da qualidade da informação a prestar ao mercado pelos Conselhos de Administração, quanto aos impactos atuais e esperados da Covid-19 nas respetivas atividades, bem como a adoção de princípios de sustentabilidade, assentes em perspetivas a médio e longo prazo, visando assegurar a necessária resiliência operacional e financeira num contexto de risco acrescido.

No entanto, ainda antes da pandemia, essa visão de que a responsabilidade social das empresas era apenas a de gerar mais resultados estava a perder força. Depois de crises como a de 2008, e com a crescente pressão da opinião pública sobre o problema das alterações climáticas e das desigualdades, os líderes de algumas das maiores empresas cotadas do mundo, assim como muitos investidores reconheceram que existia a necessidade de um novo tipo de capitalismo. Atualmente, a emergência causada pela Covid-19 é vista como o momento da verdade para as empresas provarem se essas

¹ Recomendações da CMVM aos Emitentes de Valores Mobiliários sobre a adoção de princípios de sustentabilidade na informação financeira, e nas políticas de dividendos, remunerações e resiliência operacional, 2020 disponível em: <https://www.cmvm.pt/pt/Legislacao/Legislacaonacional/Recomendacoes/Pages/20200414b.aspx?v=>, consultado em junho de 2020.

preocupações eram reais ou se não passavam de operações de relações públicas, traduzidas em frases «cliché», nos extensos relatórios anuais de sustentabilidade.

Nas décadas de 1970 e de 1980, a regra do jogo, normalmente assumida pelas empresas, era quase a do lucro acima de tudo e dos acionistas acima de todos. Mas várias crises depois, um pouco por todo o mundo, vai ganhando forma a convicção de que não se consegue levar uma empresa ao sucesso se não tiver em conta o papel da sociedade, o que vai para além dos resultados financeiros de curto prazo (Barroso, 2020).

Ao longo deste trabalho, será abordado o tema de divulgação de responsabilidade fiscal e social, desde a justiça tributária às preocupações sociais. Inicialmente, é apresentada a justificação do estudo, a motivação subjacente ao estudo desta temática e a sua importância no mundo atual, para depois apresentar os objetivos deste trabalho, as suas questões-chave e a estrutura de escrita.

- **Justificação do Estudo**

Vivemos numa sociedade dominada por organizações, grandes ou pequenas, com ou sem fins lucrativos, nas quais as pessoas trabalham em conjunto, com vista à prossecução de objetivos que seriam impossíveis de atingir se as pessoas trabalhassem isoladamente.

No mundo empresarial, existe cada vez mais concorrência e menos diferenciação. Para que uma empresa tenha sucesso, deve fazê-lo melhor do que fazem os concorrentes.

Os elementos que constituem a empresa - empregados, gestores e os elementos externos à empresa, mas que nela têm interesse, nomeadamente os *stakeholders*, começam a dar mais atenção às ações praticadas pela empresa, se estas detêm, ou não, práticas de responsabilidade fiscal, social e ética. Por isso, surge no seio delas, a necessidade de mostrarem uma boa imagem e manter boas relações com os *stakeholders* (Teixeira, 2005).

As empresas são fundamentais para a sociedade, pois originam riqueza e crescimento económico, geram e mantêm postos de trabalho, podem contribuir positivamente para o bem comum do ambiente, entre outros aspetos. Devido à crescente globalização, as questões económicas, políticas, sociais e culturais estão cada vez mais relacionadas.

Por essa razão, surgiu o interesse em analisar a informação divulgada das empresas, no que respeita à rubrica de imposto sobre o rendimento e de sustentabilidade.

- **Objetivos do Estudo**

O principal objetivo deste estudo é consciencializar as empresas da importância da divulgação de informação, tendo em vista a responsabilidade fiscal, social e ética, demonstrando a sua posição relativamente a empresas pertencentes ao *Portuguese Stock Index* PSI 20. A posição foi determinada pela quantidade de páginas de informação que as empresas divulgaram, em relação ao imposto sobre o rendimento e sustentabilidade e ainda, em qual dos relatórios a divulgaram. Esta informação será recolhida nos relatórios e contas e nos relatórios de sustentabilidade retirados nos *websites* de cada empresa analisada.

Ao longo deste trabalho pretende-se, também, atestar que empresas optaram por outro meio de comunicação, para além do relatório e contas para divulgar informação voluntária, no ano de 2018.

Dos objetivos gerais delineados, surgem as seguintes questões-chave:

- As empresas têm preocupação em divulgar informações de responsabilidade fiscal nos relatórios e contas, e relatórios de sustentabilidade?
- Qual é a empresa que divulga a sua contribuição fiscal e social nos relatórios e contas e nos relatórios de sustentabilidade?
- Qual é o papel que uma grande empresa deve ter?
- As empresas colocam o lucro acima de tudo ou mostram preocupações sociais e ambientais?

- **Estrutura do Trabalho**

O trabalho é composto por 4 capítulos. Depois de justificar o tema do estudo e apresentar os seus objetivos, segue-se no capítulo 1 uma abordagem expositiva, explicitando a responsabilidade fiscal passando-se, de seguida, para a responsabilidade social e ética, a exigência normativa das demonstrações financeiras e a gestão das sociedades. Também são apresentados vários estudos realizados sobre esta temática, de

cariz nacional e internacional. Posteriormente, no capítulo 2, são abordadas as questões relacionadas com a metodologia - a definição da amostra, as fontes de obtenção de dados, as definições das variáveis que serão analisadas, bem como, o desenvolvimento das hipóteses a testar. São também apresentadas as ferramentas de suporte à recolha e validação dos dados. No capítulo 3, analisamos e discutimos os resultados, mostrando que as empresas que mais informação divulgaram sobre a responsabilidade fiscal e social foi a Altri, SPGS, S.A., Banco Comercial Português, S.A., Jerónimo Martins, SGPS, S.A. e Mota Engil, SGPS, S.A. nos relatórios e contas e nos relatórios de sustentabilidade, respetivamente. A empresa que menos informação divulgou sobre a responsabilidade fiscal e social nos relatórios e contas e nos relatórios de sustentabilidade foi a Sonae, SGPS, S.A. Quanto aos relatórios de sustentabilidade, apenas 6 empresas da amostra não publicaram o relatório.

Por fim, no capítulo 4 apresentamos uma discussão e conclusão. Constatou-se que o índice de divulgação da responsabilidade fiscal criado não foi um índice excecional, dada a reduzida dimensão da amostra que consideramos uma limitação ao estudo. Por sua vez, sugerimos pistas para aumentar a dimensão da amostra, com o propósito de conseguir que este estudo se possa revelar útil e servir de base para quem pretende estudar esta importante, complexa e dinâmica matéria.

1. CAPÍTULO 1 - A RESPONSABILIDADE FISCAL, SOCIAL E ÉTICA DAS EMPRESAS: REVISÃO DA LITERATURA

1.1 A Responsabilidade Fiscal, Social e Ética das Empresas:

Conceitos

1.1.1 A Responsabilidade Fiscal

Uma empresa tem como principal objetivo a obtenção de lucros, promovendo simultaneamente o crescimento económico de riqueza e o bem-estar dos seus acionistas. A maioria das empresas tem uma maior responsabilidade para com os clientes, os funcionários e os fornecedores. Assim sendo, as empresas comprometem-se a satisfazer os seus clientes, de modo a que estes continuem a adquirir o seu produto, ou serviço, e, assim, tornarem-se fiéis à sua marca (Narotzki, 2017).

Hoje em dia, os consumidores e todos os que têm interesse em relação a uma empresa têm fácil acesso à informação relativa à sua atividade por isso, as multinacionais têm uma maior preocupação com a sua exposição pública. Tendo em conta tal facto, as empresas têm de cumprir as expectativas do público, promovendo a sua responsabilidade para com os outros, a denominada responsabilidade social.

Esta pressão de ser socialmente responsável requer o pagamento de uma taxa de imposto justo e razoável. A responsabilidade com a sociedade inclui práticas fiscais, já que os impostos são a forma mais básica de as empresas se poderem envolver positivamente na sociedade. O público precisa deste tipo de informação para se tornar mais informado sobre os possíveis envolvimento da empresa num paraíso fiscal e a quantidade de imposto pago. Os paraísos fiscais podem ser definidos como territórios onde não existem impostos ou onde estes são meramente nominais, não exercidos. As trocas de informações, para efeitos fiscais, são prevenidas pela própria lei e práticas administrativas. São locais sem requisitos de atividade substancial, não são transparentes (Dourado, 2017).

No sentido de existir um asseguramento da tributação efetiva, com a livre circulação de capitais, a cooperação de quatro grupos de entidades é vital. Desde logo, o Estado ou parte do seu território assume um papel crucial, permitindo a troca de informação relativa às tributações, o que poderia implicar o desaparecimento desses territórios por não preverem essa troca de informação. Os restantes grupos são os contribuintes, os promotores de planeamento fiscal agressivo e das instituições

financeiras e têm em comum o facto de possuírem informações importantes relevantes para uma efetiva tributação, só possível através da cooperação de todos estes elementos (Dourado, 2017).

A necessidade de criar uma consciencialização entre o público e a responsabilidade das empresas, para pagar a parte justa dos seus impostos, nunca foi tão abordada como atualmente. Essa consciência será tanto mais debatida, quanto mais se explicar às pessoas a importância da justiça fiscal, intimamente relacionada com a responsabilidade social (Narotzki, 2017).

As empresas atingirão o sucesso baseado nos lucros, dependendo do cumprimento das responsabilidades legais. Quando as obrigações legais não são cumpridas, a empresa ficará sujeita ao pagamento de multas que poderão pôr em causa a sua rentabilidade e até mesmo a sua sobrevivência (Branco & Rodrigues, 2006). Por isso, as empresas têm de cumprir todas as premissas legais exigidas, para não estarem sujeitas à ação das entidades fiscalizadoras (Pires, 2016).

A responsabilidade fiscal invoca os conceitos de prestação de contas e de transparência. A prestação de contas exige que a empresa seja transparente para com o seu desempenho fiscal (Lienert, 2010).

Atualmente, vemos que o pagamento de impostos está a ser encarado como um elemento de responsabilidade corporativa. A recessão e a crise financeira aprofundaram a falta de confiança da sociedade e levaram a um interesse público muito mais amplo, sobre o que as empresas pagam tributariamente.

O pagamento de imposto ao Estado é o contributo das empresas para a sociedade. O imposto é tratado como um elemento de abordagem à responsabilidade corporativa. As empresas afetam a comunidade em três dimensões - social, ambiental e económica. O pagamento de impostos faz parte da dimensão económica e define o contributo das empresas para a criação de prosperidade e estabilidade. Os impostos fornecem receitas públicas essenciais para os governos atingirem objetivos económicos e sociais. Outros aspetos da dimensão económica incluem a criação de empregos e a geração de negócios para fornecedores (Scheiwiller & Symons). É importante que as empresas assumam preocupações sociais e ambientais na sua atividade, assim como estabeleçam interação com as partes intervenientes (Branco & Delgado, 2012).

1.1.2 A Responsabilidade Social e Ética

Os positivos são grandes para as empresas que se preocupam com a responsabilidade social e a ética. Isto acontece, na medida em que essas empresas vão verificando a evolução dos valores sociais emergentes e atentam aos seus desenvolvimentos, seguindo esse processo de uma forma paralela nessa evolução. Este estado alerta permite identificar os valores e a sua evolução vai futuramente permitir desvendar quais as condutas coerentes e não coerentes, éticas e não éticas (Teixeira, 2005).

Nos últimos anos, a responsabilidade social das empresas tem assumido uma grande importância e é analisada de acordo com o modelo de gestão de cada entidade. Nem sempre a responsabilidade social foi tida em conta e era até considerada supérflua, muitas vezes entendida como uma forma de ostentar, desprovida de preocupação, associando-se até a uma espécie de *marketing*.

Nos dias de hoje, a responsabilidade social tem um papel fulcral na atividade organizacional das empresas, destacando-as no que diz respeito à forma como atuam.

Quando se falava de responsabilidade social, associava-se o termo à atividade externa da empresa, muito para além dos núcleos onde operava, destacando-se ações sociais e culturais. Atualmente, o termo ganhou novas aceções e direciona-se para a atividade empresarial socialmente responsável. As empresas tendem a direcionar a sua atenção para o cumprimento da lei, assim como demonstram preocupação em relação à qualidade, o ambiente de trabalho e da relação entre clientes e cidadãos.

As empresas socialmente responsáveis preocupam-se com questões como a formação e qualificação das pessoas, a igualdade de género e a conciliação entre trabalho e vida pessoal e familiar, a qualidade dos vínculos laborais, a qualidade das condições de trabalho, a segurança e higiene nos locais de trabalho a prevenção de riscos e doenças profissionais, a atenção às questões da inclusão social e de problemáticas como a deficiência, para além de deterem a sua atenção nas questões ambientais ou na transparência e qualidade dos processos de trabalho. Existem, em Portugal, cada vez mais empresas que fazem destas questões grandes objetivos e batem-se por fazê-los cumprir.

O programa Novas Oportunidades é um dos exemplos mais recentes que demonstra a preocupação social, dando oportunidades únicas às pessoas de se qualificarem nos processos produtivos, assim como evoluírem socialmente.

Os parceiros sociais assumem, neste processo, um papel preponderante, destacando-se as associações empresariais e as organizações sindicais, cuja ação ajuda à disseminação das práticas de responsabilidade social, contribuindo para uma maior visibilidade das questões sociais, relacionadas com as empresas.

No que diz respeito à responsabilidade social, o Estado desempenha um papel fundamental através do reconhecimento das boas práticas nesse âmbito, mas tem também como missão o desenvolvimento de melhores condições no mercado de trabalho, avanços na qualidade social do mercado de trabalho, bem como na promoção de medidas socialmente responsáveis nas entidades que dele dependem.

Assim sendo, todas as entidades de cariz político e público devem fazer por promover o sentido de responsabilidade social, mas incitar a que o setor privado seja também um veículo de responsabilidade social.

A responsabilidade social está, portanto, ligada à capacidade que o Estado tem de atuar positivamente, mas também implica a atuação da sociedade civil e das entidades empresariais. Apesar disso, cabe ao Estado, através de medidas políticas, responder às necessidades exigidas pela responsabilidade social, em busca de uma qualidade social que envolva todos os agentes (Silva, 2009).

A empresa analisa e avalia o seu desempenho social, através dos impactos sociais e ambientais que resultam das decisões e ações empresariais. O desempenho social diz respeito ao comportamento ético e está associado ao conceito de responsabilidade social das empresas, existindo expectativa da sociedade em relação à conduta das empresas no que diz respeito às preocupações de natureza social e ambiental e aos resultados por elas alcançados (Almeida, 2010). Cabe às empresas, porque estão numa posição central, a promoção da sustentabilidade, demonstrando responsabilidade pelo impacto social que advém da sua ação com implicações económicas, ambientais e sociais (Branco & Delgado, 2019).

O conceito de responsabilidade social aplicado às empresas não se limita unicamente às questões éticas e ao cumprimento das obrigações legais, o que torna a sua definição menos fácil. Na atualidade, a responsabilidade social é uma das temáticas com

um interesse crescente, a nível empresarial e social, daí que seja um conceito que ganhou destaque desde a sua criação. O surgimento e importância desta temática tem vindo a ser estudado e discutido por vários autores.

Na vertente da responsabilidade social, quando aplicada a nível empresarial, existem inúmeras responsabilidades que devem ser mantidas e protegidas pelo Estado, empresas e trabalhadores. Começando por uma escala mais global, como o Art.º 23.º da Declaração dos Direitos Humanos², por exemplo, passando para uma escala mais nacional, Código de Trabalho, a responsabilidade social das empresas deve englobar um certo reconhecimento de obrigações que vão para além destes documentos. Deve existir um investimento humano, ambiental e social.

De todas as instituições fundamentais para a sociedade, a empresa poderá ser entendida como uma das mais importantes. Em escala familiar ou multinacional, são o tipo de instituição que mais afetam a comunidade, na medida em que a maioria do tempo das pessoas é dedicado às mesmas. Tendo um cariz direcionado para o lucro, na adoção de riscos, são avaliadas sob uma lente contabilística pelos governos e outras organizações com quem cooperam, o que acontece devido à sua filosofia de negócios (Teixeira, 2005).

Consideram-se as empresas no seu formato de organização e alocação de recursos como sendo eficientes e cujo objetivo será gerar valor económico. Possibilitam que em torno de um grupo de pessoas aumentem capital de forma eficaz, culminando no aprovisionamento de bens e serviços. As receitas geradas por meio de atividades corporativas de criação de valor são distribuídas como ordenados, salários e outras formas de remuneração aos empregados, e administração e dividendos aos acionistas, ou reinvestidas nos negócios. Se essa riqueza económica for distribuída equitativamente, o bem-estar social está garantido. Toda a sociedade beneficiará das atividades de criação de valor das empresas (Bansal, 2005). Os líderes, como os gestores, têm de estar conscientes do desafio da importância do envolvimento social da organização, sob pena

² Artigo 23.º da Declaração Universal dos Direitos Humanos:

1. “Toda a pessoa tem direito ao trabalho, à livre escolha do trabalho, a condições equitativas e satisfatórias de trabalho e à proteção contra o desemprego.
2. Todos têm direito, sem discriminação alguma, a salário igual por trabalho igual.
3. Quem trabalha tem direito a uma remuneração equitativa e satisfatória, que lhe permita e à sua família uma existência conforme com a dignidade humana, e completada, se possível, por todos os outros meios de proteção social.
4. Toda a pessoa tem o direito de fundar com outras pessoas sindicatos e de se filiar em sindicatos para defesa dos seus interesses”.

de comprometerem o cumprimento do objetivo de maximização dos lucros que elegem como prioritário (Taborda, 2007).

Os autores (Rodrigues, Seabra, & Ramalho, 2009) partilham um conceito de responsabilidade social que é definido como: “O conjunto de comportamentos voluntários e conscientemente assumidos por uma organização, para ser eficiente na utilização ética dos recursos postos à disposição da sociedade, procurando contribuir para a melhoria da qualidade de vida de todos os seres humanos”.

Segundo (Taborda, 2007), “A responsabilidade social de uma organização é concretizada pela incorporação dos efeitos sociais que produz no seu processo de tomada de decisão, demonstrando que o seu compromisso não se esgota no cumprimento das obrigações económicas ou legais”.

Assim, é necessária informação sobre a empresa que permite avaliar o desempenho da empresa pelos *stakeholders*, contribuindo para a avaliação dos programas sociais, através das auditorias sociais (Taborda, 2007). Estas podem ser efetuadas pelas próprias empresas ou ser impostas pelos governos e avaliam as atividades da empresa, tendo em conta a forma como progridem relativamente às metas sociais previstas, que podem englobar a preocupação com a poluição, a melhoria nas condições de trabalho, políticas de emprego de minorias, desenvolvimento da comunidade, contribuições filantrópicas e aspetos relacionados com o consumidor (Teixeira, 2005).

Apesar de tudo, as empresas nem sempre fornecem a informação requerida pelos *stakeholders* à exceção da informação financeira, que será abordada posteriormente. Isto deve-se, não só ao facto de a maioria dos sistemas de informação se preocuparem maioritariamente com a informação económico-financeira, como também com questões de confiança dos órgãos de gestão nos *stakeholders*, que podem voluntariamente reduzir as informações no sentido de evitarem juízos críticos (Taborda, 2007).

A responsabilidade social deve ter por base não apenas imposições legais, mas ter como objetivo a promoção de um conjunto de práticas numa determinada entidade organizada, cujo objetivo seja levar as organizações a um papel social ativo com vista a um desenvolvimento construtivo da sociedade (Silva, 2009).

As empresas devem aplicar parte dos seus lucros nas questões sociais, gerando mais e melhor emprego, assim como melhor qualidade de vida, no sentido de recolocar o

seu modelo de gestão com o objetivo de conciliar competitividade e solidariedade, através dos quais se lutará contra a exclusão social (Moura & Duarte, 2003).

As empresas socialmente responsáveis criam atividades que protegem e desenvolvem a sociedade, optam por deixar de se concentrarem em fatores económicos e passam a ter comportamentos sociais que não contribuem para a maximização do lucro da empresa (Teixeira, 2005). Uma empresa socialmente responsável precisa de “contribuir para que os valores da comunidade onde se insere (tanto a nível local como a nível nacional e internacional), em todos os domínios da vida humana (trabalho, ambiente, relações humanas, etc.), aproximem as sociedades e as empresas num sentido e caminho comuns, pautados por mais justiça e equidade social, promovendo o equilíbrio necessário à laboração e assegurando uma legitimação social capaz de ultrapassar a relação conflitual típica da sociedade industrial” (Moura & Duarte, 2003).

A responsabilidade social e as obrigações que dela decorrem não são apenas para as empresas. Teixeira defende que provavelmente, para além das empresas, as organizações sem fins lucrativos, como universidades, institutos, fundações, igrejas, partidos políticos, clubes desportivos e outros, enfrentam a responsabilidade social com uma maior relevância. Fundamentalmente, enumera quatro áreas centrais de responsabilidade social com mais discussão pública: consumidores, empregados, ambiente e sociedade (Teixeira, 2005).

As preocupações com a ação, em conformidade com as expectativas dos seus públicos nos produtos colocados à venda, transmitem práticas responsáveis na área dos consumidores. Essas preocupações podem incluir questões de segurança, de qualidade, *design*, transmissão de uma publicidade clara, de informação necessária sobre as características e preços justos.

Garantir uma atitude de responsabilidade social na área dos empregados é, acima de tudo, assegurar a segurança no local de trabalho, um salário justo, a indiscriminação no sexo, raça ou religião, formação no desenvolvimento dos trabalhadores, assistência a empregados com problemas, entre outros.

O ambiente é a área onde a responsabilidade social é mais sensível e discutida pela sociedade em geral, dada à sua consciencialização coletiva da necessidade de preservar a natureza. As preocupações de higiene nos locais de trabalho, a proteção contra a poluição do ar, dos rios, sonora, o recurso a embalagens biodegradáveis ou recicláveis de modo a

evitar desperdícios e a separação do lixo, o tratamento especial de produtos perigosos para a sociedade, como o lixo nuclear são temas de grande visibilidade, no que diz respeito à responsabilidade social, que nos últimos tempos têm vindo a aumentar.

Por fim, a responsabilidade das empresas com a sociedade é expressada pelos apoios na educação, arte, saúde ou no desenvolvimento da comunidade. A sociedade em geral espera por comportamentos de posição económica, prevendo-se que a empresa produza bens e serviços que satisfaçam as necessidades dos cidadãos, proporcione empregos e permita gerar lucros, para estimular o crescimento económico. A sociedade exige às empresas segurança e qualidade dos produtos, um controlo da poluição, segurança no trabalho, envolvimento em problemas sociais, eliminação da pobreza, decadência da vida urbana ou suburbana, etc.

Não se pode deixar de reforçar que, em primeiro e acima de tudo, a finalidade de uma empresa é maximizar o valor da empresa dentro das legalidades. Os acionistas terão a maximização do seu bem-estar social quando a empresa procura obter o seu supremo valor.

Para o senso comum, a responsabilidade social organizacional confunde-se com os conceitos de ética, filantropia, mecenato, governo das sociedades, entre outros. A ética e a responsabilidade social são conceitos distintos, mas estão interligados nas várias áreas em que atuam em comum. “Ética é a disciplina do conhecimento acerca do que é bom e mau, certo e errado, dever moral ou obrigação”. No contexto empresarial, a ética relaciona-se com os comportamentos e com a tomada de decisões. As escolhas são realizadas face a uma pluralidade de hipóteses que têm como *background*, o conceito de moralidade aplicado aos negócios (Teixeira, 2005).

A ética pode ser definida como uma reflexão dos valores e critérios que são considerados os mais assertivos.

Quando se fala em responsabilidade ética, tem-se em conta a preocupação por parte das empresas em apresentar uma conduta correta de acordo com aquilo que a sociedade espera, não baseada em imposições legais, mas em princípios e valores expectáveis socialmente (Branco & Rodrigues, 2006).

Nas últimas décadas, as preocupações éticas na gestão de empresas e de negócios tornaram-se alvo de atenção por parte de académicos, empresários, políticos e da sociedade em geral. O aumento da visibilidade nas preocupações éticas deveu-se,

nomeadamente, aos seguintes fatores: à consolidação das democracias, à abertura de fronteiras comerciais e ao desenvolvimento tecnológico, que facilitou o acesso e a circulação livre de informação. A sociedade tornou-se mais observadora em relação à atividade empresarial, o que originou, nas empresas, o repensar dos critérios éticos da sua conduta, premidas por uma concorrência sem fronteiras e por um mercado global (Almeida, 2010).

Quando aplicada à gestão, a ética enquadra-se com a verdade e a justiça, relacionando-se com os seguintes aspetos: expectativas da sociedade, concorrência leal, publicidade, relações públicas, responsabilidade social, autonomia do consumidor e comportamento da empresa. Apesar de serem aspetos fundamentais, são incongruentes dentro das organizações, visto que não permitem a existência de um comportamento eticamente perfeito. As expectativas da sociedade dependem da sua cultura, dos seus valores morais e nomeadamente do que é aceite como função e objetivos das empresas: a concorrência leal, isto é, não utilização de práticas que desvirtuem o comércio, a publicidade, no sentido de veicular com verdade as características dos produtos ou serviços, não utilizando publicidade enganosa, explícita ou implicitamente, as relações públicas, com vista a manter o público informado sobre os negócios da empresa; a responsabilidade social, nomeadamente o ambiente em termos sociais e ecológicos, a autonomia do consumidor, que passa pela ausência de ações que, de algum modo, limitem a liberdade do consumidor enquanto tal, o comportamento da empresa, quer no plano externo (cuja atuação pelo menos parcialmente se relaciona com os aspetos anteriores) quer no plano interno, pela forma como se relaciona institucionalmente com os seus trabalhadores (Teixeira, 2005), bem como o seu comportamento, no âmbito da ética empresarial, quando os efeitos que produzem, ou possam vir a produzir, têm impacto no bem-estar ou na qualidade de vida da sociedade (Almeida, 2010).

O papel dos gestores, para além de desenvolver aptidões essenciais, passa por conciliar a economia e ética nas atividades que se sobrepõem, visa conectar os objetivos económicos, na obtenção de lucros, e os objetivos éticos, na relação humana e na criação de valor para o melhoramento, proteção social e saúde ambiental, em simultâneo (Bansal, 2005).

As empresas são formadas por pessoas e as pessoas devem agir de forma eticamente responsável, cumprindo as regras e regulamentos existentes nas organizações.

As empresas começam a lançar projetos de modo a criar uma imagem pública de responsabilidade, como é o exemplo de um código de ética. Estes projetos deixam perceber que a ação estritamente empresarial pode ter, ao mesmo tempo, uma vertente social, tendo por base as preocupações da sociedade em que as empresas estão inseridas (Pires, 2016).

Em Portugal, verifica-se o início de uma preocupação nas empresas na elaboração de um código de conduta ou código de ética, preocupação esta que tem vindo a aumentar constantemente. “Um código de ética é um documento que estabelece formalmente as políticas, princípios ou regras que servirão de guia às pessoas que integram uma organização, tendo em vista o desenvolvimento de ações e a tomada de decisões eticamente corretas”.

Não existe uma garantia de cumprimento de um código de ética, pois este depende de fatores extrínsecos como os membros da organização. A sua existência não poderá ser vista como mais do que uma expectativa de aperfeiçoar atitudes e comportamentos (Teixeira, 2005).

No que diz respeito ao domínio da contabilidade, a pressão existente para a incorporação de uma extensa gama de itens a divulgar tem sido elevada, e com tendência a aumentar cada vez mais.

À medida que o tempo passa no século XXI, a informação surge, cada vez mais, como uma necessidade. A sociedade, de uma forma mais vincada, pede transparência em todas as instituições formais e informais, seja em relação a informações de teor macro ou microeconómico, apresentando-se mais sedenta da verdade. Este tipo de comportamento tende a tornar-se crescente, sendo que a divulgação e a comunicação social tornar-se-ão mais importantes.

1.2 A Responsabilidade Fiscal e Social: Revisão Comparada de Estudos e Metodologias

Autor	Ano	Principais conclusões
(Branco & Rodrigues, 2006)	2006	As ações da empresa que conduzem a reações positivas/negativas de partes interessadas externas podem ter efeitos positivos/negativos nos colaboradores da empresa. A divulgação de informação sobre os comportamentos e resultados de uma empresa, em relação à responsabilidade social, pode ajudar a construir uma imagem positiva com os funcionários, na medida em que as perceções destes sobre a reputação corporativa estão relacionadas com as suas atitudes de trabalho. Investir em atividades de responsabilidade social tem consequências importantes na criação de recursos e capacidades intangíveis associados, por exemplo, aos funcionários e gerentes. Se o funcionário vê a empresa como tendo uma má reputação, haverá uma menor satisfação no trabalho e maior probabilidade de sair.
(Moura & Duarte, 2003)	2003	Uma empresa, unilateralmente ou em cooperação com outras congéneres, instituições e governo, tem que ser capaz de aplicar parte dos seus lucros em investimentos de produção social, capazes de gerar mais emprego e de criarem mais qualidade de vida, assim como reorientar o modelo de gestão interno, para que sejam promovidas novas competências que façam confluir competitividade e solidariedade, evitando riscos reais de exclusão social.
(Bansal, 2005)	2005	As empresas estão a começar a envolver-se com os <i>stakeholders</i> , ao liderar com visão e valores poderosos e ao pensar a longo prazo.

(Taborda, 2007)	2007	A reputação de uma organização no mercado é definida pelos valores de honestidade, integridade e da justiça e influencia o nível de compromisso e de motivação dos seus <i>stakeholders</i> . Uma organização que não cumpre o seu papel com a sociedade, poderá incorrer em custos associados à realização dos consumidores, à desmotivação dos colaboradores e ainda a uma regulamentação mais exigente e, no limite, aumentar a probabilidade de enfrentar processos judiciais.
(Silva, 2009)	2009	A responsabilidade social é um património importante do interesse público, porque corresponde à atuação positiva não apenas do Estado, mas também da própria sociedade e das empresas, em prol da qualidade social. A responsabilidade social começa pelo cumprimento das normas legais e parâmetros elevados de relação com o Estado e os cidadãos e desdobra-se numa atenção redobrada em relação a matérias suscetíveis de diferenciar no plano da qualidade e atividade empresarial.
(Rodrigues, Seabra, & Ramalho, 2009)	2009	O Estado deve criar as condições para que os indivíduos ou organizações estruturem as suas relações e contribuam para o incremento intergeracional de conhecimento, valores e normas na sociedade, como forma de contribuir para a formação de modelos mentais. A responsabilidade social deve ser vista como uma prática organizacional, com estratégias sustentáveis, coerente e continuada de compromisso com a sociedade.
(Lienert, 2010)	2010	O objetivo de ser fiscalmente responsável invoca os conceitos de responsabilidade do governo perante o parlamento e transparência fiscal. Neste estudo, apenas 2 países avançados têm em vigor um conjunto de leis de finanças públicas. A implementação destas leis, especialmente aquelas que incluem regras fiscais quantificadas a atingir os objetivos de uma lei de responsabilidade fiscal seria mais eficaz em países onde existe um forte compromisso político e institucional, com disposições para a sua implementação e sanções para garantir o seu cumprimento.

(Branco & Delgado, 2012)	2012	A corrupção prejudica o sucesso do negócio, assim como contribui para a pobreza, desigualdade, crime e insegurança. É necessário a mudança coletiva das empresas no desenvolvimento de práticas de responsabilidade social corporativa que lhes permite comunicar os seus esforços anticorrupção. A ausência de informação detalhada nos relatórios e contas enfraquece a credibilidade desses relatórios junto das partes interessadas.
(Narotzki, 2017)	2017	É necessário incentivar as empresas a um comportamento socialmente responsável que implica pagar a parte justa de impostos ao Estado. Este comportamento resultará numa exposição pública positiva e na obtenção de melhores resultados financeiros. É preciso criar um padrão que permita que as empresas a ser certificadas em diferentes níveis de atividade dependam da sua responsabilidade social, corporativa para a tributação.
(Branco & Delgado, 2019)	2019	O resultado do estudo mostra um baixo nível de relatórios anticorrupção. Baseando-se em considerações de legitimidade, associadas à movimentação da responsabilidade no estrangeiro enfrentada por multinacionais do mercado emergente, os autores propõem que as empresas que enfrentam tal responsabilidade no estrangeiro tenham mais propensão a envolver-se em práticas de relatório de anticorrupção, de modo a existir uma conformação das expetativas da comunidade internacional e da manutenção da legitimidade.
(Scheiwiller & Symons)	<i>Website</i>	O pagamento de imposto é visto como um elemento da responsabilidade corporativa. As empresas multinacionais que abordam detalhadamente assuntos fiscais nos seus relatórios e contas revelam um comportamento transparente com a sociedade.

1.3 A Divulgação na Preparação das Demonstrações Financeiras e na Utilização da Informação Financeira

A informação financeira é necessária para a tomada de decisões, estabelecendo a ligação entre as empresas e os utilizadores dessa informação, isto é, os *stakeholders*. Para que a informação seja considerada útil, esta deverá ser elaborada conforme os princípios e as regras indicados pelos organismos de normalização contabilística, pois só assim é garantida a objetividade e credibilidade da informação, divulgada para o exterior (Batista, 2017). A contabilidade constitui a principal fonte de informação, assumindo-se como um instrumento essencial para a gestão de uma empresa.

No §12 da Estrutura Conceptual³ do Sistema de Normalização Contabilística (SNC), define-se que o objetivo das demonstrações financeiras é o de “proporcionar informação acerca da posição financeira do desempenho e das alterações na posição financeira de uma entidade que seja útil a um vasto leque de utentes na tomada de decisões económicas”.

A estrutura e o conteúdo das demonstrações financeiras tratam de um conjunto coerente e articulável entre si, formado um *puzzle* caracterizado nos seguintes termos:

- O balanço, ao proporcionar informação acerca da posição financeira da entidade numa determinada data, evidencia no capital próprio a quantia do resultado apurado (lucro ou prejuízo);
- Cabe à demonstração dos resultados por natureza, proporcionar a informação acerca do desempenho ocorrido num determinado período de tempo, discriminando as rubricas que contribuíram para o resultado do período - lucro ou prejuízo, evidenciado no balanço;
- Na demonstração das alterações de capital próprio, são explicitados os acontecimentos que suportam a composição do capital próprio e sua variação, num determinado período de tempo;
- Na demonstração de fluxos de caixa, é explicitada a variação ocorrida, num determinado período de tempo, na caixa e seus equivalentes, enquanto rubrica construtiva do ativo corrente;

³ Estrutura Conceptual do SNC, aprovado pelo Decreto-lei n.º 158/2009, de 13 de julho, alterado pelo Decreto-lei n.º 98/2015, de 2 de junho.

- O anexo apresenta uma referência cruzada dos itens apresentados na face do balanço, da demonstração de resultados por natureza, da demonstração das alterações no capital próprio e da demonstração dos fluxos de caixa.

No §14 refere que “os utentes das demonstrações financeiras que desejam avaliar o zelo ou a responsabilidade do órgão de gestão (...) fazem-no a fim de que possam tomar decisões económicas”. Estes utentes das demonstrações financeiras são, pelo §9, os investidores atuais e potenciais, empregados, mutuantes, fornecedores e outros credores comerciais, clientes e outros devedores, Governo e seus departamentos e o público em geral.

As demonstrações financeiras devem ser claramente identificadas e apresentadas, pelo menos anualmente. Toda e qualquer informação complementar, preparada pelo órgão de gestão num relatório anual ou noutro documento⁴, não está incluída no conjunto completo de demonstrações financeira e não requer o cumprimento dos requisitos do SNC (§ 6 da Estrutura Conceptual).

O SNC foi aprovado pelo Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de julho. Este atual modelo nacional de normalização contabilística, para empresas comerciais e industriais e outras entidades, é caracterizado pela ligação com a legislação contabilística da União Europeia, associada com as normas internacionais de contabilidade (NIC), também conhecidas como *International Accounting Standards* (IAS) e com as *International Financial Reporting Standard* (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB).

De acordo com o Art.º 3.º do Decreto-Lei 158/2009, o SNC é de aplicação obrigatória às seguintes entidades:

- Entidades abrangidas pelo Código das Sociedades Comerciais;
- Empresas individuais reguladas pelo Código Comercial;
- Estabelecimentos individuais de responsabilidade limitada;
- Empresas públicas;
- Cooperativas (exceto as cooperativas de solidariedade social);
- Agrupamentos complementares de empresas e agrupamentos europeus de interesse económico;

⁴ Os relatórios financeiros de finalidade especiais, por exemplo, prospectos e cálculos preparados para efeitos de tributação - Ver §6 da Estrutura Conceptual.

- Entidades do setor não lucrativo.

O SNC cria três níveis de estrutura normativa contabilística: a aplicação das normas internacionais, das normas de contabilidade e relato financeiro e de normas de contabilidade e relato financeiro, para as pequenas empresas.

Em 2002, o regulamento da Comunidade Europeia n.º 1606/2002, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de julho de 2002, decretou a obrigatoriedade, a partir de 2005, da adoção e aplicação das NIC por todas as empresas portuguesas com títulos, cotadas em bolsa para contas consolidadas admitidas em mercados regulamentados.

A Comissão Europeia decidiu que se faria a utilização dessas normas, tendo em conta o respeito pelas condições estabelecidas no mesmo regulamento. O Art.º 5.º do regulamento possibilita que os Estados-membros permitam ou obriguem o uso das NIC nas contas individuais das sociedades. O regulamento comunitário surge como solução para as múltiplas necessidades em termos financeiros, motivadas pelas transformações dos últimos tempos, de acordo com a conjuntura económica e financeira, nomeadamente, concentração de atividades empresariais a nível nacional, europeu e mundial, regionalização e globalização dos mercados financeiros e das bolsas de valores, liberalização do comércio e globalização da economia e internacionalização das empresas, criação de subsidiárias, fusões, aquisições, empreendimentos conjuntos e alianças estratégicas e outros acontecimentos⁵.

As NIC tinham como principal meta estabelecer uma mensagem universal para a contabilidade, com vista à contabilização de ativos e passivos, através dos mesmos critérios e normas de relato financeiro, permitindo que os investidores tivessem facilidade em avaliar uma empresa, independentemente do seu teor económico, financeiro e social. Assim sendo, as NIC definem normas contabilísticas globais de alta qualidade, que permitem a comparação da situação financeira dos diversos intervenientes no mercado global.

O IASB executa e apresenta as IFRS a serem seguidas na apresentação das demonstrações financeiras e tem como objetivo a sua aceitação e aplicação (Resende, 2014).

⁵ Ver Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de julho.

A aplicação das NIC está presente no Art.º 4.º do Decreto-Lei 158/2009, de 13 de julho. Neste artigo, define-se que as entidades cujos valores mobiliários estejam admitidos à negociação em mercado regulamentado devem, nos termos do Art.º 4.º do Regulamento n.º 1606/2002, elaborar as suas demonstrações financeiras consolidadas em conformidade com as NIC, exigindo-se que essas demonstrações tenham de ter uma certificação legal de contas, assim como acontece com as demonstrações financeiras individuais, em conformidade com as NIC.

As opções pela adoção das NIC devem ser globais e têm de ser mantidas por um período mínimo de 3 anos, não se aplicando às entidades que, tendo optado pela aplicação das NIC, passem a estar incluídas no âmbito de consolidação de entidades que não as adotem⁶.

Todas as entidades têm a obrigação, segundo a legislação nacional, de divulgar informações inerentes às NIC, nos seus relatórios financeiros para que o contacto com o mercado seja assegurado, assumindo o respeito pelo princípio de igualdade dos acionistas, assegurado através da criação de um gabinete de apoio ao investidor.

Num contexto empresarial, os investidores e *stakeholders* formam os seus juízos de valor com base nas demonstrações financeiras fornecidas pelos gestores, acreditando na fiabilidade e qualidade das mesmas.

É exigido às empresas que cumpram um conjunto de requisitos de divulgação necessárias para se ter em conta que a posição financeira e resultados possam ter sido afetados pela existência de partes relacionadas.

Relativamente ao normativo contabilístico, a IAS 1 - Apresentação de Demonstração Financeira é a parte que estabelece regras para a apresentação de demonstrações financeiras, diretrizes para a sua estrutura e requisitos mínimos para o respetivo conteúdo com finalidades gerais.

A entidade cotada deve aplicar esta regra na elaboração, preparação e apresentação de demonstrações financeiras, de acordo com as normas de internacionais de relato financeiro IFRS.

⁶ §6-7 do Art.º 4.º do Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de julho.

O concreto objetivo das demonstrações financeiras é transmitir aos seus destinatários uma imagem verdadeira e apropriada relativamente à situação económica e financeira da empresa.

1.4 O Governo das Sociedades

O processo de globalização da atividade económica levou as organizações a sentir a necessidade de adaptar as suas estruturas e os processos de tomada de decisões, de forma a poderem atender às novas realidades que vêm surgindo no panorama económico (Santos J. A., 2009) (Passos, 2017).

O governo das sociedades engloba um conjunto de fenómenos económicos e financeiros distintos e tem sido objeto de um forte interesse público, devido à sua aparente importância para a saúde económica das empresas e da sociedade em geral (Passos, 2017). Por outras palavras, pode ser entendido pelo conjunto de diretivas que orientam as operações de uma organização. O governo das sociedades cria uma ligação particular entre as perspetivas da organização, em relação à formação de partes interessadas, e a sociedade à qual a organização pertence. O governo das sociedades contribui para alcançar as metas organizacionais e visa atender ao interesse de todas as partes interessadas, mantendo um equilíbrio entre os interesses das partes envolvidas.

A fase do planeamento da gestão do controlo operacional, incluindo a divulgação das informações relevantes que influenciam a decisão dos investidores, é coberta pelo governo das sociedades. A responsabilidade para com as partes interessadas, como a gerência, acionistas, investidores, fornecedores, clientes e governo, é equilibrada com as responsabilidades para com a comunidade, pelas políticas definidas no governo das sociedades. É o conselho de administração que tem o poder de definir os princípios do governo das sociedades, e, esses princípios são determinantes no preço das ações da empresa (My Assignment Help).

A estrutura do governo das sociedades deve garantir a divulgação oportuna e precisa de todos os assuntos relevantes da empresa, incluindo a situação financeira, o desempenho, a propriedade e a governança da empresa (Singapore Academy of Corporate Management).

Um bom governo das sociedades necessita de especificar as diretivas, indicando as responsabilidades e autoridades dos membros do conselho, para alcançar as partes interessadas. Com esta prática, pode estabelecer a boa relação entre a sociedade e os média, conseguindo mais um trunfo para a organização (My Assignment Help). Uma cobertura negativa dos meios de comunicação social pode resultar numa queda comercial, não só devido à má publicidade, mas também à desvalorização dos esforços investidos pela empresa, afetando, assim, o valor da marca (Unpri, 2016).

Os casos seguintes são de duas empresas multinacionais que usam a estratégia de responsabilidade social para cativar os clientes. São empresas que se afirmam como responsáveis pelo ambiente, cumprindo a responsabilidade social definida. A posição destas empresas no mercado deve-se à sua atitude positiva e ativa, como alavanca para o *marketing* da empresa. Serve como estratégia e tranquiliza o mercado sobre o crescimento futuro da empresa, resultando numa boa imagem em termos éticos aos consumidores, aos trabalhadores e ao público em geral, como é patente no relato individual.

- **Caso Starbucks⁷**

A multinacional Starbucks é uma empresa norte-americana com a maior cadeia de cafetarias do mundo e com vários prémios de reconhecimento. O sabor e variedades de café, e a qualidade do serviço prestado fazem com que esta empresa se diferencie dos outros estabelecimentos. A multinacional é especialista em café torrado escuro, café moído, chá, café expresso, bebida cappuccino, bolos, *muffins* de sabores diferentes e tentadores, e muitos outros comestíveis.

A Starbucks garante o pagamento a pronto das faturas aos seus fornecedores. Oferece um ambiente de trabalho saudável, oportunidades de crescimento na carreira e funções desafiadoras aos funcionários. A empresa tem como foco o cliente e coloca o interesse deste na principal prioridade, em relação à tomada de decisão.

⁷ (My Assignment Help) *Evaluation of Corporate Governance of Starbucks*, obtido em: <https://myassignmenthelp.co.uk/freesample/evaluation-of-corporate-governance-of-starbucks>, consultado em 5 de julho de 2020.

- **Caso McDonalds⁸**

A McDonalds é a maior cadeia mundial de restaurantes de *fast-food*, oferecendo os seus serviços ao balcão, ou em *drive-thru*. Esta cadeia mundial vende principalmente hambúrgueres, *cheeseburgers*, batatas fritas, refrigerantes e sobremesas.

A exposição de práticas antiéticas por parte desta empresa levou a vários processos judiciais. Várias polémicas, desde a composição das batatas fritas, por estas incluírem carne bovina como um ingrediente durante a fase de produção, quando eram alegadamente vegetarianas, bem como a polémica relacionada com a não publicação da receita completa desse produto, garantindo que estas eram um produto sem glúten. Houve vários outros casos que resultaram em processos judiciais e terminaram com o pagamento de indemnizações. Questões em torno de saúde alimentar, crueldade para com os animais, exploração de crianças, exploração de trabalho fez com que a empresa mudasse de estratégia.

A McDonalds percebeu que a não adoção de medidas de responsabilidade social, de preocupação e de apoio à comunidade, estava a prejudicar as suas vendas. A empresa empenhou-se numa mudança de atitude, de forma a reverter a sua má imagem e a cativar mais clientes. Assim, reconheceu a necessidade de proteger e preservar o ambiente.

São visíveis as medidas já tomadas, no caminho de se tornarem responsáveis para com a sociedade e com o ambiente, assegurando um desenvolvimento sustentável e uma permanente qualidade de serviços aos consumidores. Desta forma, esta empresa multinacional passou a trabalhar tendo em conta valores éticos.

1.5 Notas Conclusivas

As empresas, como membros importantes e influentes da sociedade, têm uma responsabilidade mais alargada, pois para além do seu tradicional papel de proporcionar riqueza aos acionistas, têm de ter em conta as necessidades da variedade dos grupos de interesse mais ou menos envolvidos, os *stakeholders*. Tal como os cidadãos em nome

⁸ (LawTeacher, 2018) *Business Ethics and Corporate Governance - McDonalds*, disponível em: <https://www.lawteacher.net/free-law-essays/business-law/business-ethics-and-corporate-governance-law-essays.php?vref=1>, consultado em 5 de julho de 2020.

individual, as empresas têm a responsabilidade de se envolverem em certos problemas sociais que estão fora das suas áreas normais de negócio.

Nesta dissertação, pretendemos indagar sobre a responsabilidade fiscal, social e comportamentos éticos nas organizações. A reflexão e discussão da análise sobre as diferentes dimensões destas responsabilidades tornou-se essencial.

A responsabilidade fiscal não tem sido um tema muito explorado. A transparência está diretamente relacionada com divulgação. No que diz respeito à transparência, nas demonstrações financeiras, as normas financeiras atuais, como as NIC, exigem determinadas divulgações na contabilização do imposto sobre o rendimento, que devem fornecer aos usuários dessas demonstrações as informações mais relevantes sobre as obrigações tributárias de uma entidade. O pagamento de impostos já é visto como um elemento de responsabilidade social. A contribuição para as finanças públicas faz parte da forma como as empresas contribuem para a sociedade em geral, promovendo a integração da organização na comunidade, reforçando assim a ligação entre a organização e os funcionários, proporcionando um aumento da sua credibilidade, com reflexos positivos juntos dos *stakeholders* (Taborda & Martins, 2009). A responsabilidade social surge com o poder social, uma vez que a empresa tem um determinado poder ou influência sobre a sociedade, a sociedade pode e deve responsabilizar a empresa pelas condições sociais afetadas pelo uso desse poder que, de resto, lhe é conferido pela própria sociedade. As empresas devem fornecer informações sobre as suas atividades com o público. A empresa que negligencie o seu papel na sociedade poderá incorrer em custos associados à retaliação dos clientes, à desmotivação dos colaboradores e ainda a uma regulamentação mais exigente e restritiva e no limite, probabilidade de enfrentar processos judiciais (Taborda, 2007).

Em Portugal, tanto quanto é do nosso conhecimento, não têm sido feitos muitos estudos sobre responsabilidade fiscal e, neste sentido, a proposta aqui apresentada, tendo por base a construção de um indicador exploratório, pode contribuir para a investigação académica e científica do conhecimento e técnica fiscais.

2. CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA

O primeiro capítulo é constituído pela revisão da literatura onde foram abordados temas considerados fundamentais para a temática que vai ser estudada.

Este estudo procura investigar se as empresas são transparentes na informação fiscal divulgada e se assumem responsabilidade social, assim como pretende identificar se, de facto, existe preocupação na transparência dos relatórios anuais publicados. A informação sob a qual este relatório foi construído teve como base a análise em dois meios de comunicação disponíveis nos *websites*: os relatórios e contas e relatórios de sustentabilidade.

A palavra comunicação deriva do latim “*communicare*” e é definida, pelo dicionário da língua portuguesa, como a “troca de informação entre pessoas através da fala, da escrita ou do próprio comportamento”; “transmissão de uma mensagem”.

Baseando-nos em Sebastião Teixeira, a “Comunicação é o processo de transparência de informações, ideias, conhecimentos ou sentimentos entre as pessoas”. Este afirma que os gestores com sucesso o devem, em grande parte, à sua capacidade de comunicação com as pessoas e, por essa via, conseguem dar a conhecer os objetivos com o mínimo de distorção possível (Teixeira, 2005).

Já o autor (Santos J. R., 1992) expõe uma nova definição de comunicação: “Facto de comunicar, de estabelecer uma relação com alguém, com alguma coisa ou entre coisas; Transmissão de signos através de um código (natural ou convencional); Capacidade ou processo de troca de pensamentos, sentimentos, ideias ou informações através da fala, gestos, imagens, seja de forma direta ou através de meios técnicos, que diz respeito aos processos de comunicação que caracterizam a organização humana sendo esta de uma forma sintética, uma ação ou meio de entrar em relação com o outro, transmitindo-se através delas ideias, sentimentos e atitudes, possibilitando uma dinâmica social e um estabelecimento de laços”.

Na verdade, a comunicação eficaz é uma ferramenta essencial para o desempenho de uma empresa, portanto é fundamental investir nesta área para que haja uma maior eficácia e eficiência na gestão com o relacionamento trabalhadores, clientes e superiores, para dessa forma se atingirem os objetivos a que as empresas se propõem.

A comunicação deve ser feita de modo a que a mensagem seja apreendida claramente por quem a ouve, visto que havendo dificuldade em descodificar a mensagem isto resulta numa barreira de comunicação que advém das falhas de quem pretende veicular a informação. Acontecendo isso, a probabilidade de nem toda a gente a entender é muito elevada e os objetivos ficam comprometidos.

A comunicação de informação, obrigatória e/ou voluntária pode ser divulgada em vários canais de comunicação, designadamente: publicidade, folhetos promocionais, comunicados, avisos, comunicações inseridas em folhas de remuneração, *handbooks*, jornal da empresa, panfletos, registo de voz e imagem, *websites*, relatórios e contas, relatório de sustentabilidade, ou outros relatórios

O relatório anual é um dos canais de informação mais importante nas empresas e é muito enfatizado pela maioria dos gestores. Neste sentido, “O relatório anual, que, além das contas contém informações sobre atividade da empresa ao longo do ano, refletindo a posição dos órgãos de gestão da empresa, destina-se fundamentalmente aos acionistas, contudo tem vindo cada vez mais a despertar também o interesse dos empregados, além do dos outros *stakeholders*” (Teixeira, 2005).

O autor Sebastião Teixeira defende que a eficácia da gestão só é possível se houver gestores com capacidade de comunicação alta, o que pressupõe a obtenção de bons resultados. “Quando o gestor comunica uma coisa e os seus colaboradores entendem outra diferente, naturalmente que isso resulta em perdas de produtividade e desvios em relação aos objetivos pretendidos” (Teixeira, 2005).

O método de estudo da parte empírica deste trabalho terá por base a teoria positivista. Dentro da teoria positivista da contabilidade foi usada a análise qualitativa para confirmar o estudo. O foco conceptual da abordagem positivista na opinião de (Watts & Zimmerman, 1986) prende-se essencialmente com os efeitos que uma mensagem usada por determinada empresa, assim como com a motivação de cada uma das empresas. Ou seja, sob a perspetiva da atitude positivista o que interessa é a mensagem e o motivo. Assim sendo, procura-se perceber as razões da utilização de um determinado procedimento, por parte das empresas (Scherer, 2006). A teoria positivista da contabilidade tem como objetivo em explicar e prever as escolhas contabilísticas relativas às informações divulgadas (Watts & Zimmerman, 1990). Nessa abordagem procura-se estabelecer hipóteses de investigação, tendo em conta teoria económica e das finanças e

testá-las no sentido de perceber o comportamento dos agentes económicos relativamente à informação contabilística (Lopes & Martins, 2005); (Spessatto & Bezerra, 2008).

Este estudo visa a ideia de transparência no cumprimento fiscal e aceitação na comunidade, ou seja, como as empresas podem mostrar que estão a agir de maneira responsável, no que diz respeito às obrigações tributárias.

Todas as pessoas que exercem uma atividade económica estão obrigados a proceder ao pagamento das obrigações tributárias que se encontrem em vigor num determinado espaço, salvo se houver isenção prevista na lei (Martins, 2020). Os tributos estão conceituados no Art.º 3.º da Lei Geral Tributária e abrangem os impostos, as taxas e demais contribuições financeiras a favor do Estado.

As empresas não são livres de fazer o que melhor lhes convier para aumentar a receita e valorizar a empresa no mercado, “as normas sociais existem além do cumprimento das leis e regulamento” (Gribnau, 2017) referindo o autor (Ruggie, 2013).

Quando as empresas com obrigação tributária não cumprem os seus deveres tributários apresentam um comportamento irresponsável, no sentido em que agem contra a lei (Gribnau, 2017).

O autor Jesuino Martins refere que “só através do cumprimento integral das obrigações tributárias é possível dar sentido material e útil ao dever social, ao dever da cidadania e aos demais deveres integrantes de um Estado de direito moderno, solidário e civilizadamente ativo, a que cada um deve dar expressão em função das suas múltiplas capacidades” (Martins, 2020).

As empresas têm de assumir o compromisso com a sociedade em que estão inseridas, assim como devem assumir a responsabilidade social corporativa, daí que tenha de existir a obrigação do pagamento de imposto fruto da responsabilidade social que cada empresa deve assumir. Relacionado com essa questão, surge o conceito partilha justa que se crê que nem sempre é cumprido pelas empresas multinacionais, já que estas por vezes não pagam as suas ações justas (Gribnau, 2017).

A definição de sustentabilidade banalizou-se a propósito das questões e exigências sociais, as quais devem englobar o controlo da poluição, melhoria das condições de trabalho, política de emprego de minorias, desenvolvimento da comunidade, contribuições filantrópicas e aspetos relacionados com o consumidor. Este termo ganhou

maior relevância, a partir do Relatório Brundtland, em 1987 e estava inicialmente relacionado com o meio ambiente e os recursos naturais renováveis e a sua proteção, o que era oposto ao crescimento económico. Posteriormente, passa a relacionar-se com o desenvolvimento económico, e desaparece a oposição ao crescimento, apesar de este só ser possível tendo em conta um desenvolvimento sustentável, potencializando a utilização dos recursos naturais e preservando o meio ambiente (Dantas, Modesto, Mota, & Lima, 2017).

Dada a dificuldade em encontrar uma métrica, foram criadas variáveis não consensuais, distinguimos duas hipóteses, uma de abordagem substantiva e uma de abordagem processual, para integrar o contributo tributário na responsabilidade social corporativa.

A propósito da banalização do tema de sustentabilidade, pode haver uma definição substantiva que corresponde ao cumprimento da lei, bem como uma definição processual que identifica por que processos é que se demonstra essa sustentabilidade, por exemplo, a elaboração de um relatório à parte de sustentabilidade.

Segundo estes autores (Dantas, Modesto, Mota, & Lima, 2017) e pela banalização da palavra sustentabilidade não há acordo na métrica do termo, nem no que diz respeito à sua profundidade, nem até onde ela deve ir, não sendo consensuais nenhuns KPIs nesta área.

A forma de avaliação baseou-se em assinalar a existência ou falta de informação detalhada sobre impostos, isto é, menção de definições, método de cálculo e demonstração, taxas por imposto e existência de informação de responsabilidade social.

A forma de análise é dicotómica, numa escala entre 0 e 2, sendo atribuído a cada item valores como 0 (ausência), 1 (em parte), 2 (presença).

A avaliação de uma boa divulgação foi medida através do número de páginas baseado em métricas usadas em estudos de complexidade da lei, e considerado páginas acima de 5 unidades de linha, de modo a definir a quantidade de informação considerada útil e suficiente pela empresa. As páginas com imagens, tabelas, gráficos e índices não foram consideradas como forma de medição na avaliação de informação, devido à complexidade que representam. Esta técnica de analisar o conteúdo por contagem de páginas foi considerada como a mais objetiva possível na avaliação da informação divulgada e determina a importância que uma empresa dá a cada tema: impostos e

responsabilidade social. Com o total de páginas, podemos verificar quanta informação a empresa divulga e encontrar de forma mais objetiva possível as componentes mais e menos divulgadas.

2.1 Definição da Amostra

A amostra eleita para a elaboração deste relatório é composta pelas 18 maiores empresas e grupos empresariais portugueses que integram o PSI 20. Estas empresas foram eleitas por serem referência de mercado de capital português.

O PSI 20 é um índice de referência mais representativo no mercado bolsista, abrangendo as maiores empresas portuguesas, daí que a amostra do tecido empresarial português escolhida seja uma referência, sendo as empresas integralmente abrangidas pelas normas internacionais de contabilidade.

Dada a composição do PSI 20, entendeu-se que estas entidades constituíam uma boa amostra na aferição de uma administração fiscal de qualidade. A cronologia utilizada apenas se refere ao ano de 2018. A eleição deste ano em particular deveu-se ao *timeline* da realização deste estudo pois, à data, o relatório e contas de 2019 ainda não se encontrava disponível. Assim sendo, esta seleção cronológica torna este estudo um estudo seccional.

A escolha desta amostra foi realizada identificando o volume de negócio, o resultado antes de imposto, o imposto sobre o rendimento e o resultado líquido de impostos. Os dados referentes às empresas cotadas foram obtidos através da plataforma Sistema de Base de Dados Ibérico (SABI) sendo a mesma base acedida através do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra e, posteriormente, os dados

foram verificados na demonstração de resultados de cada empresa presentes no relatório e contas. Após essa identificação, foi calculado a taxa de imposto e posteriormente comparada com a taxa divulgada nos relatórios e contas.

A amostra é composta por 18 empresas (ver Tabela 1).

Nome das Empresas cotadas na Euronext Lisboa
Altri, SGPS, S.A.
Banco Comercial Português, S.A.
Corticeira Amorim, SGPS, S.A.
Ctt Correios Portugal, S.A.
EDP - Energias de Portugal, S.A.
EDP - Renováveis, S.A.
Galp Energia, SGPS, S.A.
Ibersol, SGPS, S.A.
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.
Mota Engil, SGPS, S.A.
NOS, SGPS, S.A.
Novabase, SGPS S.A.
Pharol, SGPS S.A.
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.
Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.
Sonae, SGPS, S.A.
Sonae Capital, SGPS, S.A.
The Navigator Company, S.A.

Tabela 1 - Amostra das empresas cotadas na Euronext Lisboa de 2018

Fonte: <https://live.euronext.com/pt/markets/lisbon>

2.2 Fonte de Dados

Este trabalho pretende verificar se existe cumprimento fiscal e consciência da divulgação da responsabilidade social pelas empresas que constituem a amostra do estudo. Para medir esta transparência, foram analisados os relatórios e contas e os relatórios de sustentabilidade de cada entidade. Os relatórios foram obtidos através do *website* de cada empresa. A verificação da existência desses relatórios está presente na Tabela 2 e foram analisados um a um de forma minuciosa.

Foi verificado se o relatório de sustentabilidade continha a mesma informação no tópico sustentabilidade, no relatório e contas.

Empresa	Relatório e Contas	Relatório de Sustentabilidade
Altri, SGPS, S.A.	x	x
Banco Comercial Português, S.A.	x	x
Corticeira Amorim, SGPS, S.A.	x	x
Ctt Correios Portugal, S.A.	x	
EDP - Energias de Portugal, S.A.	x	x
EDP - Renováveis, S.A.	x	x
Galp Energia, SGPS, S.A.	x	
Ibersol, SGPS, S.A.	x	x
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	x	x
Mota Engil, SGPS, S.A.	x	x
NOS, SGPS, S.A.	x	
Novabase, SGPS S.A.	x	
Pharol, SGPS S.A.	x	
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.	x	
Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.	x	x
Sonae, SGPS, S.A.	x	x
Sonae Capital, SGPS, S.A.	x	x
The Navigator Company, S.A.	x	x

Tabela 2 - Registo da existência de relatório e contas e relatório de sustentabilidade de cada empresa de 2018

2.3 Definições das Variáveis

Para medirmos os objetivos deste estudo, foi necessário criar três variáveis para as duas hipóteses, para posteriormente avaliar a informação divulgada pelas empresas nos relatórios e contas. O estudo divide a informação relacionada com o imposto e sustentabilidade.

As variáveis vão confirmar as hipóteses.

Hipótese: Boa governança fiscal substantiva	
Descrição das variáveis	Valor atribuído
Paga a totalidade de impostos em Portugal	(0) = Não ; (1) = Sim
Paga a taxa de imposto de 21% ?	(0) = Abaixo dos 21%; (1) = Na zona dos 21%; (2) = Acima dos 21%
A taxa calculada é idêntica à taxa divulgada	(0) = Não; (1) = Sim

Tabela 3 - Mensuração das variáveis da hipótese: boa governança fiscal substantiva

À empresa que paga a totalidade de imposto em Portugal, será concedido o valor (1), caso contrário (0). Neste caso, iremos utilizar o método dicotómico.

O Art.º 87.º do Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas estabelece a taxa nominal do IRC de 21% para as empresas residentes que exercem a título principal uma atividade de natureza comercial, industrial ou agrícola, ou para estabelecimentos estáveis de empresas não residentes que exercem essas atividades.

À empresa que divulga na nota de imposto sobre o rendimento a taxa efetiva sobre os lucros abaixo de 21%, será atribuído o valor (0), na zona dos 21% o valor (1) e, por fim, acima de 21% o valor (2).

Após a recolha da taxa efetiva divulgada, foi efetuada uma comparação com uma taxa calculada à parte por empresa. Essa taxa resultou do rácio entre as receitas fiscais totais e a base fiscal da qual foram obtidas. Caso existam discrepâncias entre as taxas, a classificação será atribuída de forma dicotómica, igual a zero, caso contrário, não existindo diferenças nos resultados, será atribuído o valor de (1).

A taxa efetiva é uma medida para calcular a carga fiscal e avaliar a eficácia do planeamento fiscal, bem como para detetar práticas de evasão fiscal (Reis, 2016).

Hipótese: Boa governança fiscal processual	
Descrição das variáveis	Valor atribuído
Detalha a informação sobre a incidência de imposto no relatório de atividade e contas	0 = Não - 1 = Em parte - 2 = Sim
Dá informação sobre preços de transferência?	0 = Não - 1 = Em parte - 2 = Sim
Tem informação sobre ações de sustentabilidade e apoio comunitário?	0 = Não - 1 = Em parte - 2 = Sim

Tabela 4 - Mensuração das variáveis da hipótese: boa governança fiscal processual

Nestas variáveis, será avaliada a quantidade de informação divulgada de imposto sobre o rendimento, de preços de transparência e sustentabilidade.

O valor atribuído (0) significa inexistência de informação, ou seja, não houve preocupação por parte da empresa na partilha da mesma. Será atribuído o valor (1) quando a informação fornecida é menor ou igual a 2 páginas ou a empresa transmitiu o mesmo conteúdo presente no relatório de sustentabilidade.

Uma empresa transparente e com boas práticas de divulgação é avaliada com o valor (2).

2.4 Hipóteses

Para averiguar a transparência, as hipóteses apresentadas têm duas abordagens: a substantiva e a processual.

De facto, tornou-se interessante averiguar a informação partilhada pelas empresas relativamente ao seu contributo para a receita fiscal, bem como medir a responsabilidade social corporativa.

A informação de responsabilidade social será, possivelmente, a mais divulgada devido às crescentes pressões sociais e à necessidade de aceitação pela comunidade.

H1: Boa governança fiscal substantiva

A abordagem substantiva centra-se no volume de tributação, isto é, na quantia de imposto pago e se é mais do que o exigido pelo mero cumprimento da lei. Por outras palavras, leva em consideração o espírito da lei (Gribnau, 2017).

H2: Boa governança fiscal processual

A abordagem processual fornece informações sobre a estratégia tributária da empresa: que valor paga nos países em que atua, sendo a transparência um elemento fundamental que vai para além do cumprimento dos requisitos legais de divulgação e das obrigações de comunicação, pois é considerada como o princípio de lealdade relativamente às práticas de impostos. Trata-se de um valor ético, que visa a relação entre a empresa e os *stakeholders*, exigindo transparência e sublinhando a responsabilidade, tornando-as valores éticos (Gribnau, 2017).

Apresentadas as hipóteses para este estudo, segue-se a demonstração do processo de recolha e validação dos dados.

2.5 Ferramentas de Suporte à Recolha e Validação dos Dados

As ferramentas de suporte utilizadas para a recolha de dados foram *Microsoft Word* e o *Microsoft Excel*. O *Microsoft Word* para a contagem de linhas, dada à existência de informação por colunas e o *Microsoft Excel* para registo da avaliação e atribuição de valores como 0, 1 e 2 da divulgação de cada hipótese. A partir de 5 linhas completas, foi considerado a existência de conteúdo. Sempre que a informação ocupava uma página foi considerado 1 página. Nos casos de a informação não preencher uma página completa, foi considerado ½ página com informação. Todas as páginas com informação inferior a 5 linhas foram ignoradas.

Num relatório e contas, no que diz respeito à análise do tema impostos, a avaliação dessa divulgação foi recolhida na seção de conta e anexos às contas. A análise às contas foi feita de forma consolidada, porque interessava agregar as contas de uma empresa-mãe com as suas subsidiárias, de forma a que as contas representassem a situação financeira no respetivo período e os resultados das operações do grupo, como se de uma única entidade se tratasse, sendo o objetivo apresentar apenas os resultados das operações que as empresas do grupo tiveram com terceiros.

Na demonstração de resultados consolidados na rubrica de impostos sobre o rendimento, foi registado o valor a 31/12/2018 e também, avaliado o número de páginas da nota da respetiva rubrica para análise da informação. Após essa recolha de dados, foi verificada a informação descritiva sobre essa rubrica nas principais políticas

contabilísticas, onde são, no mínimo, abordadas as definições e cálculo do imposto. É analisada toda a informação da rubrica impostos sobre o rendimento, na nota e nas políticas contabilísticas aplicadas na elaboração destas demonstrações financeiras consolidadas.

No caso da informação sobre a responsabilidade social, apenas foi verificada a existência de um relatório à parte e contado o número de páginas com informação sobre o mesmo. No entanto, quando repetisse informação sobre sustentabilidade no relatório e contas presente também no relatório de sustentabilidade, só foi contabilizada uma única vez cada página. Foi sempre tida em conta informação repetida ao longo do relatório e contas, o que se verificou em alguns casos, em que o relatório de sustentabilidade foi publicado juntamente com o relatório e contas. Nestes casos, a informação foi tratada separadamente, ou seja, o relatório e contas foi ignorado nessa fase e só analisado aquando da obtenção dos dados dos relatórios de sustentabilidade.

Os relatórios e contas foram analisados em empresas com fecho do ano findo de 2018 durante o ano 2019 e início de 2020.

Os relatórios foram obtidos através dos *websites* de cada empresa. Para tornar a obtenção dos dados o mais objetiva possível, foram delineadas algumas estratégias: nos relatórios foram ignorados na nossa análise os quadros, as tabelas, os gráficos, os índices e as imagens. Os algoritmos só foram contabilizados quando estavam inseridos numa frase, sendo o objetivo estudar a informação que faz parte dos valores e estratégia da empresa.

Por último, foram analisados os relatórios de sustentabilidade, num total de 12 para o período em análise. Tal como nas outras formas de comunicação, a contagem de linhas foi realizada recorrendo ao *Microsoft Word*. As regras para a obtenção dos dados foram as consideradas nos relatórios e contas e elaboradas por uma única pessoa, para manter a objetividade e a possibilidade de comparação dos dados obtidos.

A recolha e obtenção dos dados dos relatórios e contas e dos relatórios de sustentabilidade demoraram aproximadamente um mês. No que respeita à recolha, foram descarregados todos os relatórios e contas do ano 2018 e verificada a existência do relatório de sustentabilidade à parte. Em caso afirmativo, foi também descarregado o relatório de sustentabilidade de cada empresa do mesmo ano, o que demorou um dia.

Recorrendo a uma ferramenta *Microsoft Excel*, foi elaborado uma tabela com a descrição do nome de cada empresa, assim como informações importantes como volume de negócios, resultado antes do imposto, imposto sobre o rendimento, resultado corrente, taxa efetiva de imposto divulgada, a nossa taxa efetiva calculada, interesses sem controlo ou contribuições e resultado líquido do exercício (ver Anexo 1). Para a recolha dessa informação, foi utilizada a plataforma SABI e posteriormente confrontada com os dados nas demonstrações de resultados presentes no relatório e contas.

Finda esta recolha de dados e o cálculo, foi feita uma tabela com a indicação dos valores como 0, 1 e 2 das variáveis e indicação do número de páginas em que superior a 1 e ½ de página era considerado existência de informação sobre o tema. No mesmo estudo, fez-se uma tabela em que se registava a existência ou não de um relatório de sustentabilidade à parte e, caso existisse, se era igual à relatório e contas. Posto isto, foi feita a contabilização do número de páginas. O mesmo acontece no que concerne à existência de informação do imposto sobre o rendimento.

De facto, é de salientar a dificuldade encontrada em várias abordagens sobre o tema impostos. Por isso, foi definido apenas a análise da nota e informação das políticas contabilísticas do imposto sobre o rendimento, sendo analisados todos os parágrafos que abordassem esse tema.

Foi tida em conta a análise completa dos relatórios de sustentabilidade e relatório e contas e, não sendo fácil a sua obtenção na secção dos investigadores, foi procurado na secção de sustentabilidade.

O tratamento dos dados obtidos foi realizado, principalmente, através das ferramentas do *Microsoft Excel*.

Para a classificação setorial por empresa, foi considerada a classificação da Euronext, o *Industry Classification Benchmark* (ICB). Esta classificação divide as empresas por indústrias e setores.

Nas 18 empresas da amostra foram recolhidos o setor e a indústria de acordo com a classificação. As empresas foram repartidas em 9 indústrias: Materiais Básicos, Finanças, Indústrias, *Utilities*, Energia, Consumidor Discricionário, Bens de Consumo, Telecomunicações e Tecnologia. Depois dessa afetação, as empresas eram agrupadas se pertencessem à mesma indústria/setor, para garantir uma maior homogeneidade possível entre os diversos setores (ver Apêndice 1).

As empresas foram agrupadas em 9 setores, de acordo com a classificação que constava na Euronext (ver Tabela 5).

ICB - Classificação Setorial	
Setor	Empresa
Setor das Telecomunicações	NOS, SGPS, S.A.
Setor das Telecomunicações	Pharol, SGPS S.A.
Setor de Consumo Básico	Jerónimo Martins, SGPS, S.A.
Setor de Consumo Básico	Sonae, SGPS, S.A.
Setor de Energia	Galp Energia, SGPS, S.A.
Setor de Materiais Básicos	Altri, SGPS, S.A.
Setor de Materiais Básicos	Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.
Setor de Materiais Básicos	The Navigator Company, S.A.
Setor do Consumidor Discricionário	Ibersol, SGPS, S.A.
Setor Financeiro	Banco Comercial Português, S.A.
Setor Industrial	Corticeira Amorim, SGPS, S.A.
Setor Industrial	Ctt Correios Portugal, S.A.
Setor Industrial	Mota Engil, SGPS, S.A.
Setor Industrial	Sonae Capital, SGPS, S.A.
Setor Tecnológico	Novabase, SGPS S.A.
Setor <i>Utilities</i>	EDP - Energias de Portugal, S.A.
Setor <i>Utilities</i>	EDP - Renováveis, S.A.
Setor <i>Utilities</i>	REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.

Tabela 5 - Distribuição das empresas da amostra por setores

3. CAPÍTULO 3 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos dados recolhidos, a classificação e o resumo das informações não permitiu responder às questões colocadas.

Neste ponto, são apresentados e discutidos os resultados do estudo realizado tendo em consideração as informações divulgadas de imposto sobre o rendimento e de sustentabilidade.

3.1 Análise Descritiva

Com vista à realização do estudo, selecionamos uma amostra composta pelas 18 empresas cotadas na Euronext Lisboa, que em 2018 integravam o índice PSI 20 (ver Tabela 1) e recolhemos os relatórios e contas do respetivo ano de cada empresa. A seleção da amostra prende-se com o facto de estas terem uma responsabilidade acrescida na divulgação da sua informação.

As empresas foram divididas em 9 setores, de acordo com classificação setorial através do ICB em que se constatou que o sector predominante é o Setor Industrial (ver Tabela 6).

Setor	N.º de Empresas
Setor Industrial	4
Setor de Materiais Básicos	3
Setor <i>Utilities</i>	3
Setor das Telecomunicações	2
Setor de Consumo Básico	2
Setor de Energia	1
Setor do Consumidor Discricionário	1
Setor Financeiro	1
Setor Tecnológico	1
Total	18

Tabela 6 - Número de empresas por setor

No caso da Galp Energia, SGPS, S.A., Ibersol, SGPS, S.A., Banco Comercial Português, S.A., Novabase, SGPS S.A. são empresas isoladas, não existindo nenhuma outra empresa que fizesse parte do mesmo setor. Assim, o Setor de Energia, o Setor do

Consumidor Discrecionário, o Setor Financeiro e o Setor Tecnológico são setores constituídos por uma única entidade. Os demais setores são constituídos por duas ou mais empresas.

3.2 Divulgação de Informação de Imposto Sobre o Rendimento e de Sustentabilidade por Empresa

Na sequência da metodologia descrita anteriormente, foram obtidos os dados da Tabela 7. O período da análise é 2018, quer nos relatórios e contas, quer nos relatórios de sustentabilidade/responsabilidade corporativa. Os relatórios e contas são obrigatórios, o que não acontece com os relatórios de sustentabilidade, que são de publicação facultativa. Por isso, foram analisados 18 relatórios e contas e 12 relatórios de sustentabilidade (ver Tabela 2).

	Relatório e Contas		Relatório de Sustentabilidade
Nome da Empresa	Informação de imposto sobre o rendimento	Informação de sustentabilidade	Informação de sustentabilidade
Altri, SGPS, S.A.	5	62	62
Banco Comercial Português, S.A.	7	21	99
Corticeira Amorim, SGPS, S.A.	2	69	69
Ctt Correios Portugal, S.A.	4,5	40,5	-
EDP - Energias de Portugal, S.A.	3,5	5	199
EDP - Renováveis, S.A.	2,5	22	28
Galp Energia, SGPS, S.A.	3	28	-
Ibersol, SGPS, S.A.	1,5	-	110
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	3	80	76
Mota Engil, SGPS, S.A.	4,5	-	199
NOS, SGPS, S.A.	4,5	85	-
Novabase, SGPS S.A.	1,5	1	-
Pharol, SGPS S.A.	1	-	-
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.	5	4	-
Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.	2,5	1	69
Sonae, SGPS, S.A.	2	-	68
Sonae Capital, SGPS, S.A.	1,5	7	42
The Navigator Company, S.A.	2	5	98
Total	56,5	299,5	1119

Tabela 7 - Número total de páginas dos relatórios e contas e dos relatórios de sustentabilidade de 2018

Pela análise desta tabela, constatamos que o Banco Comercial Português, S.A. é uma empresa a destacar, já que teve uma maior preocupação em divulgar informações referentes a imposto sobre o rendimento, com a apresentação de conteúdo de 7 páginas no relatório e contas. Pelo contrário, surge a empresa Pharol, SGPS S.A., que apenas apresentou uma página a abordar o mesmo tema. No geral, as empresas divulgaram 56 páginas e meia de informação, relativa a imposto sobre o rendimento.

No que diz respeito à divulgação de informação no relatório e contas, mas no tema de sustentabilidade e responsabilidade corporativa, a empresa que divulgou mais informação sobre sustentabilidade foi a NOS, SGPS, S.A., no entanto, esta empresa, não possui um relatório à parte relativo à sustentabilidade, seguida da Jerónimo Martins, SGPS, S.A. Por sua vez, as empresas que menos informação divulgaram foram a Novabase, SGPS S.A. e a Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A., seguida da REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A., The Navigator Company, S.A., e EDP - Energias de Portugal, S.A.

Houve empresas que não abordaram no relatório e contas nenhum conteúdo de sustentabilidade como é o caso da Ibersol, SGPS, S.A., Mota Engil, SGPS, S.A., Pharol, SGPS S.A. e Sonae, SGPS, S.A. Verificamos também, a existência do mesmo conteúdo sobre sustentabilidade entre a informação presente no relatório e contas e no relatório de sustentabilidade, na qual apresentamos o mesmo valor em ambos os relatórios.

No relatório relativo à sustentabilidade, as empresas Mota Engil, SGPS, S.A., EDP - Energias de Portugal, S.A. são as empresas mais cientes da importância da responsabilidade corporativa, tendo divulgado 199 páginas de conteúdo com informação de sustentabilidade. A empresa Jerónimo Martins, SGPS, S.A. divulgou mais 5% de informação sobre sustentabilidade no seu relatório e contas do que no seu relatório de sustentabilidade. No relatório de sustentabilidade, foram detetadas 1119 páginas sobre o tema, revelando que as empresas estão envolvidas em atividades de responsabilidade social em que o sucesso depende do seu empenho a favor dos consumidores, optando cada empresa pela estratégia que considera mais eficaz para chegar aos seus diversos *stakeholders*.

As empresas podem optar por outros meios de comunicação para divulgarem as informações sobre a sustentabilidade e assim chegar de uma forma mais eficaz aos seus públicos-alvo como é o exemplo: *websites*, panfletos, *mupis*, *handbooks* e jornal da empresa. Os relatório e contas são mais direcionados para os investidores e os recursos humanos, enquanto os exemplos mencionados são dirigidos a um público mais amplo, incluindo os consumidores.

Os resultados obtidos neste estudo focam-se apenas num ano e não visam analisar a evolução da divulgação da informação. Seria interessante analisar, posteriormente, o ano 2019 e 2020 com efeito antes da pandemia Covid-19 e pós pandemia.

Na Tabela 8, consta o Top 5 das empresas que divulgam mais informação relativa a impostos sobre o rendimento e de sustentabilidade no relatório e contas.

Relatório e Contas		
Imposto sobre o rendimento	Top 5	Sustentabilidade
Banco Comercial Português, S.A.	1º	NOS, SGPS, S.A.
Altri, SGPS, S.A.	2º	Jerónimo Martins, SGPS, S.A.
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.		
Ctt Correios Portugal, S.A.	3º	Corticeira Amorim, SGPS, S.A.
Mota Engil, SGPS, S.A.		
NOS, SGPS, S.A.		
EDP - Energias de Portugal, S.A.	4º	Altri, SGPS, S.A.
Galp Energia, SGPS, S.A.	5º	Ctt Correios Portugal, S.A.
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.		

Tabela 8 - Top 5 das empresas que divulgam mais informação relativa a impostos sobre o rendimento e sustentabilidade no relatório e contas de 2018

Quanto aos relatórios de sustentabilidade, apenas 12 das 18 empresas, ou seja, 67% da população da amostra publicaram o relatório de sustentabilidade no ano de 2018. É de notar a importância que as empresas têm dado à publicação do relatório de sustentabilidade. Contudo, existe ainda um grande número de empresas que não se preocupam com a elaboração desse relatório, como é o caso do Ctt Correios Portugal, S.A., Galp Energia, SGPS, S.A., NOS, SGPS, S.A., Novabase, SGPS S.A., Pharol, SGPS S.A. e a REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A. (ver Tabela 2). Outro aspeto a ter em atenção é a presença do mesmo conteúdo no relatório e contas e no relatório de sustentabilidade como é o exemplo: Altri, SGPS, S.A. e a Corticeira Amorim, SGPS, S.A. (ver Tabela 7).

Na Tabela 9, é apresentado o Top 5 das empresas que divulgam mais informação sobre sustentabilidade no seu relatório de sustentabilidade.

Relatório de sustentabilidade	
Sustentabilidade	Top 5
Mota Engil, SGPS, S.A.	1º
EDP - Energias de Portugal, S.A.	
Ibersol, SGPS, S.A.	2º
Banco Comercial Português, S.A.	3º
The Navigator Company, S.A.	4º
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	5º

Tabela 9 - Top 5 das empresas que divulgam mais informação sobre sustentabilidade no relatório de sustentabilidade de 2018

No ano 2018, em análise pode verificar-se que as empresas Mota Engil, SGPS, S.A. e a EDP - Energias de Portugal, S.A. são as empresas que mais divulgam informação sobre a sustentabilidade nos relatórios relativos a este parâmetro. Na Tabela 7, podemos verificar que a EDP - Renováveis, S.A. foi a empresa que menos divulgou informações sobre sustentabilidade nos relatórios de sustentabilidade.

De seguida, analisamos o conteúdo da informação divulgada, tendo em consideração o que foi proposto para índice de divulgação deste estudo.

O índice de divulgação de informação da rubrica de impostos, de acordo com o que é exigido pela lei, e da rubrica de sustentabilidade, é constituído por seis questões (variáveis):

- Paga a totalidade de imposto em Portugal;
- Paga a taxa de imposto de 21%;
- A taxa calculada é idêntica à taxa divulgada;
- Detalha a informação sobre a incidência de imposto no relatório de atividade e contas;
- Dá informação sobre preços de transferência;
- Tem informação sobre ações de sustentabilidade e apoio comunitário.

Os dados recolhidos permitem-nos constatar que as variáveis vão responder às hipóteses.

Na Tabela 10, vemos a relação das variáveis propostas na Tabela 3 e 4 observando-se algumas associações, face à sua distribuição.

		Taxa de 21%			Taxa igual		Referência à taxa de imposto		Referência à sustentabilidade			Nº páginas imposto superior média		Nº páginas de sustentabilidade superior média	
		0	1	2	0	1	1	2	0	1	2	0	1	0	1
Taxa de 21%	0	8	0	0	1	7	4	4	1	2	5	6	2	4	4
	1	0	2	0	0	2	1	1	1	0	1	2	0	2	0
	2	0	0	8	1	7	0	8	1	1	6	1	7	4	4
Taxa igual	0	1	0	1	2	0	1	1	1	0	1	2	0	2	0
	1	7	2	7	0	16	4	12	2	3	11	7	9	8	8
Referência à taxa de imposto	1	4	1	0	1	4	5	0	2	1	2	5	0	3	2
	2	4	1	8	1	12	0	13	1	2	10	4	9	7	6
Referência à sustentabilidade	0	1	1	1	1	2	2	1	3	0	0	3	0	3	0
	1	2	0	1	0	3	1	2	0	3	0	2	1	1	2
	2	5	1	6	1	11	2	10	0	0	12	4	8	6	6
Nº de páginas imposto superior média	0	6	2	1	2	7	5	4	3	2	4	9	0	7	2
	1	2	0	7	0	9	0	9	0	1	8	0	9	3	6
Nº de páginas imposto superior média	0	4	2	4	2	8	3	7	3	1	6	7	3	10	0
	1	4	0	4	0	8	2	6	0	2	6	2	6	0	8

Tabela 10 - Relação entre variável

Considerando o nível de significância 10% e usando o teste qui quadrado (Fisher) e correlação, verificamos que a taxa de 21% e a referência a imposto têm uma associação significativa ($p=0,063$) e tem também um número de páginas de imposto superior à média ($p=0,014$). Isto significa que quem cumpre a taxa de referência revela cuidado a explicar de que forma foi feita, por isso é que tem um número de páginas significativo.

A referência a imposto tem uma associação significativa com número de página de imposto superior à média ($p=0,009$).

O número de páginas de imposto superior à média e referência à sustentabilidade têm uma associação significativa ($p=0,097$).

O número de páginas de imposto e de páginas de sustentabilidade superior à média têm uma associação significativa ($p=0,058$). Este facto mostra que as empresas que têm preocupação em explicar o imposto, mostram também o cuidado em explicar a sustentabilidade, pois estão de uma alguma forma associados. O número de páginas de imposto total e de páginas de sustentabilidade total têm correlação positiva forte de ($r=0,561$) significativa ($p=0,015$).

		Páginas total de imposto	Páginas total de sustentabilidade
Média		3,194	64,1111
Desvio Padrão		1,6551	68,68418
Percentis	25%	1,875	3,25
	50%	2,75	45
	75%	4,5	112,5

Tabela 11 - Variabilidade do número de páginas

A Tabela 11 representa a dispersão de páginas referentes a imposto e sustentabilidade e mostra uma maior homogeneidade em relação ao imposto (o que se esperava ser obrigatório) e uma grande heterogeneidade em sustentabilidade, visto ser uma matéria eletiva a que nem todas as empresas dão a mesma importância. O desvio padrão do imposto é 1,6 e da sustentabilidade é 68,6.

Assim, tendo em conta discussão desenvolvida das variáveis, até este momento, vamos propor a seguinte medida para os indicadores.

Obtemos a Tabela seguinte:

KPI	Medida	Indicador
Compliance fiscal	Max	
Paga a totalidade de impostos em Portugal	%	100%=1
Paga a taxa de imposto 21%?	0/1	1
A taxa calculada com os dados do relatório é idêntica à taxa divulgada	% (diferença)	(1-%)=1
Boa Governança fiscal		
Detalha a informação sobre a incidência de imposto no relatório de atividades e contas?	Nº de páginas	(>3)=1
Dá informação sobre preços de transferência?	0/1	1
Tem informação sobre ações de sustentabilidade e apoio comunitário?	Nº de páginas	(>10% páginas totais)=1
Total = Compliance + Good	6	

Tabela 12 - Proposta de KPIs de responsabilidade fiscal corporativa

Na Tabela 12, representa-se a fórmula de cálculo do KPI, proposta para todas as empresas do PSI 20.

Empresa	KPI
Altri, SGPS, S.A.	1
Banco Comercial Português, S.A.	1
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	1
Mota Engil, SGPS, S.A.	1
Ctt Correios Portugal, S.A.	0,8
Galp Energia, SGPS, S.A.	0,8
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.	0,8
EDP - Energias de Portugal, S.A.	0,6
NOS, SGPS, S.A.	0,6
Corticeira Amorim, SGPS, S.A.	0,4
Ibersol, SGPS, S.A.	0,4
Pharol, SGPS S.A.	0,4
Sonae Capital, SGPS, S.A.	0,4
The Navigator Company, S.A.	0,4
EDP - Renováveis, S.A.	0,2
Novabase, SGPS S.A.	0,2
Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.	0,2
Sonae, SGPS, S.A.	0

Tabela 13 - Ordenação das empresas segundo o KPI proposto

A Tabela 13 vem refazer o Top das Tabelas 8 e 9. Como vemos, o resultado neste quadro não é igual ao resultado das Tabelas 8 e 9 dos Top 5 das empresas que mais divulgam informação. A Tabela 13 é uma mistura dos dois Top 5, do Top 5 relativo a imposto sobre o rendimento e o Top 5 sobre a sustentabilidade, daí que o resultado seja diferente. As empresas que estão no Top 5, relativo a imposto não são as mesmas que estão no Top 5 sobre sustentabilidade e vice-versa.

Na verdade, a Tabela 13 faz uma reordenação, de acordo com a informação agregada, no que toca ao imposto e à sustentabilidade.

Há 3 grupos distintos, sendo os primeiros os mais favoráveis. A empresa Altri, SGPS, S.A., Banco Comercial Português, S.A., Jerónimo Martins, SGPS, S.A. e Mota Engil, SGPS, S.A. são as 4 empresas que demonstram melhor atitude face à demonstração de responsabilidade fiscal. O segundo, com 5 empresas, demonstra uma razoável atitude face à responsabilidade fiscal, designadamente, Ctt Correios Portugal, S.A., Galp Energia, SGPS, S.A., REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A., EDP - Energias de Portugal, S.A. e NOS, SGPS, S.A. E por fim, um conjunto de 9 empresas que, ainda

segundo este indicador, não demonstram uma atitude explícita face à responsabilidade fiscal: Corticeira Amorim, SGPS, S.A., Ibersol, SGPS, S.A., Pharol, SGPS S.A., Sonae Capital, SGPS, S.A., The Navigator Company, S.A., EDP - Renováveis, S.A., Novabase, SGPS S.A., Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A. e a Sonae, SGPS, S.A.

4. CAPÍTULO 4 - DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

O *Portuguese Stock Index*, conhecido por PSI 20, é o principal índice da Euronext Lisboa, logo do mercado de capitais português. Este índice é composto pelas maiores empresas e grupos empresariais portugueses, sendo constituído atualmente por 18 empresas portuguesas.

As empresas em estudo, as cotadas, são influenciadas a aumentar os seus níveis de informação voluntária dada à sua dimensão e influência das sociedades internacionais de auditoria, as denominadas BIG 4.

As empresas têm vindo, nos últimos anos, a assumir um compromisso com o capitalismo, como resposta às necessidades de funcionários, clientes, fornecedores e comunidades em que estão inseridos, colocando os interesses dos acionistas em segundo plano (Barroso, 2020).

Atualmente é pedido às empresas que forneçam informação com mais frequência, no sentido de se poder avaliar o desempenho da empresa, informação essencial para investidores e analistas, que fazem um escrutínio, estando atentos ao comportamento económico das mesmas, nomeadamente ao nível da sua cotação em bolsa. No caso das empresas cotadas em bolsa verem as suas ações em queda, podem comprometer o seu desempenho, influenciando assim a opinião de investidores e analistas (Bansal, 2005).

Divulgar informação de qualidade tem ganho ao longo dos anos uma extrema importância na envolvente económica, consequência dos inúmeros escândalos financeiros, especialmente as empresas do PSI 20, que devem dar o exemplo por serem influência para outras empresas cotadas. Normalmente, as empresas cotadas por serem empresas maiores são as “cabeças de cartaz” e, conseqüentemente, de alguma forma vão influir nas outras que querem ver-se valorizadas em bolsa.

Nos últimos anos, motivados pela globalização, tornou-se imprescindível divulgar informações reais por parte das empresas, já que há uma maior interação mundial e empresarial (Dias, 2015).

A constituição do índice de divulgação da responsabilidade fiscal foi muito importante porque vem dar corpo ao estudo. A ideia é objetivar o que se entende por responsabilidade fiscal. A importância aponta para a visualização em relação ao exterior, mostrando o exemplo que podem ser para os outros. É importante o cumprimento fiscal

e voluntário para o Estado, para as suas contribuições e para as suas funções sociais e, portanto, é aí que este índice pretende contribuir, justamente para mostrar às empresas a importância de tornarem pública e transparente a sua divulgação fiscal. O objetivo é motivar as empresas a divulgar informação, assim como incentivá-las a contribuir e a mostrar que contribuíram. Com efeito, as próprias empresas podem saber que estão inseridas no índice de boa governação fiscal, tendo em conta a avaliação atribuída e podem até fazerem-se valer desse facto, no sentido de constituírem um exemplo a seguir.

Foi feita uma súmula da literatura no que diz respeito à responsabilidade corporativa fiscal, no caso empresarial. Foi criado um indicador, não de natureza obrigatória, onde foi feita a divisão de boa governação fiscal substantiva e processual. Depois deste indicador criado, chegamos à conclusão que não foi um indicador excecional. O número de empresas do PSI 20 é muito reduzido, havendo apenas 18. São poucas empresas e de muitos setores diferentes, por isso, foi uma limitação para o estudo e, por essa razão, não se puderam verificar as hipóteses. Supomos que se tivéssemos um maior número de empresas o resultado talvez fosse outro.

A vantagem é tornar objetivo e percetível o que as empresas consideram importante e de que forma contribuem para a divulgação da responsabilidade fiscal. Neste sentido, as empresas podem e devem dar a sua contribuição, mostrando o dever cívico no exercício das suas funções. Ou seja, a partir do momento que existe este indicador, vamos proporcionar alterações no comportamento da empresa, na medida que haja intenção de esta criar atividades que alterem esse parâmetro, de modo a que seja mais bem vista pela sociedade em geral.

O presente estudo poderá servir de base a outros estudos comparativos relativos outros PSI 20, uma nova análise de empresas cotadas, mas não pertencentes ao PSI 20, em outros países, como é o caso de outras empresas europeias. Consideramos interessante, como linha de investigação futura, analisar o nível de divulgação de responsabilidade fiscal das empresas no ano 2019 e 2020, antes e pós Covid-19.

4.1 Conclusões Finais

Nesta dissertação, pretendeu-se abordar os temas da responsabilidade social e fiscal, analisadas à luz do que se entende ser o consenso ou as recomendações de organismos internacionais, como a Organização para a cooperação e desenvolvimento económico (OCDE), no que toca à divulgação de atos ligados ao pagamento de impostos e/ou outros serviços, que os substituem ou complementam, para o bem da comunidade. Fez-se uma leitura do comportamento ético e até do uso desta contribuição, como forma de atrair clientes e investidores.

Nos últimos tempos, as diferentes crises, com o contributo da comunicação social e das redes sociais, ajudaram a uma consciência cívica da necessidade de contribuição para o bem comum, através dos impostos, para as despesas gerais do Estado.

Na revisão da literatura, explorámos os elementos que levaram à proposta de um indicador de responsabilidade fiscal, baseado na divulgação através dos relatórios de atividades e contas. Dentro deste desígnio, encontrou-se a denominação da abordagem substantiva que se centra no volume de tributação, isto é, na quantia de imposto pago, questionando se é mais do que o exigido pelo mero cumprimento da lei. Por outras palavras, teve-se em consideração o espírito da lei e a abordagem fiscal processual, que fornece informações sobre a estratégia tributária da empresa. Assim, tentou perceber-se o valor a pagar pelas empresas nos países em que atua, sendo a transparência um elemento fundamental que vai para além do cumprimento dos requisitos legais de divulgação e das obrigações de comunicação, visto que é considerada como o princípio de lealdade relativamente às práticas de impostos. Pretende-se assim, uma visão ética que ilustra a relação entre a empresa e os *stakeholders*, exigindo-se transparência e sublinhando a responsabilidade.

Este indicador foi aplicado a empresas do PSI 20, encontrando-se uma ordenação destas de acordo com a sua divulgação. Pensamos que este indicador objetiva e constitui uma referência futura à responsabilidade fiscal e pretende suscitar, por parte dos *players*, pressão às empresas para que o utilizem ou divulguem nas suas demonstrações. É assim um mote para iniciar uma divulgação sustentada da responsabilidade fiscal.

As empresas de qualquer índice de bolsa, neste caso o português - PSI20, constituem um modelo e referência para o sector financeiro e empresarial. Assim, fomos avaliar as nossas hipóteses e construir o indicador com dados destas empresas. Este facto

constitui uma limitação, pois apenas existem 18 empresas, de sectores variados, pelo que não conseguimos identificar um perfil específico, por setor ou condicionante económico.

No entanto, este trabalho é um estudo exploratório e um ponto de partida para outras análises com as restantes empresas cotadas noutros países. A análise de conteúdo dos relatórios de atividades constitui, como em grande parte as análises de conteúdo, uma outra limitação, pois depende de critérios mais ou menos subjetivos de interpretação. Ainda assim, tentou-se encontrar critérios latos que não penalizassem ou distorcessem a classificação das empresas na sua divulgação.

A realização deste trabalho foi gratificante, pois a atualidade mostrou que o caminho se cruza necessariamente com a responsabilidade fiscal e a consciente necessidade do bem comum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, F. J. (2010). *Ética, valores humanos e responsabilidade social das empresas*. Cascais: Principia.
- Bansal, T. (Novembro/Dezembro de 2005). *Building sustainable value through fiscal and social responsibility*. Obtido de Ivey Business Journal: <https://iveybusinessjournal.com/publication/building-sustainable-value-through-fiscal-and-social-responsibility/>
- Barroso, R. (20 de Maio de 2020). O momento da verdade. *Revista Visão* n.º 1419.
- Batista, E. S. (Outubro de 2017). *O conceito de justo valor e a sua aplicação nas empresas cotadas em Portugal*. Obtido de Repositório Comum IPC - ISCAC: <http://hdl.handle.net/10400.26/21108>
- Branco, M. C., & Delgado, C. (18 de Abril de 2012). *Business, social responsibility, and corruption*. Obtido de Journal of Public Affairs 12 (4): DOI: 10.1002/pa.1426
- Branco, M. C., & Delgado, C. (20 de Setembro de 2019). *Liability of foreignness and anti-corruption reporting in an emerging market: The case of Turkish listed companies*. Obtido de ScienceDirect: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.367>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (1 de Dezembro de 2006). *Corporate social responsibility and resource-based perspectives*. Obtido de Journal of business Ethics 69: DOI 10.1007/s10551-006-9071-z
- CMVM. (14 de Abril de 2020). *Recomendações da CMVM aos Emitentes de Valores Mobiliários sobre a adoção de princípios de sustentabilidade na informação financeira, e nas políticas de dividendos, remunerações e resiliência operacional*. Obtido de CMVM: <https://www.cmvm.pt/pt/Legislacao/Legislacaonacional/Recomendacoes/Pages/20200414b.aspx?v=>
- Dantas, M. C., Modesto, P., Mota, R. G., & Lima, R. M. (2017). *Estado Social. Constituição e Pobreza: Estudos de Doutoramento I*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

- Dias, P. J. (Agosto de 2015). *As diferenças entre o resultado contabilístico e o fiscal e a gestão: evidência empírica de empresas privadas portuguesas*. Obtido de Repositório do ISCTE-IUL: <http://hdl.handle.net/10071/11838>
- Dourado, A. P. (2017). *Governança Fiscal Global*. Coimbra: Almedina, S.A.
- Gribnau, H. J. (13 de Julho de 2017). *Good Tax Governance: A Matter of Moral Responsibility and Transparency*. Obtido de Sciendo: <https://doi.org/10.1515/ntaxj-2017-0005>
- LawTeacher. (2 de Fevereiro de 2018). *Business Ethics and Corporate Governance – McDonalds*. Obtido de LawTeacher.net: <https://www.lawteacher.net/free-law-essays/business-law/business-ethics-and-corporate-governance-law-essays.php>
- Lienert, I. (Novembro de 2010). *Should Advanced Countries Adopt a Fiscal Responsibility Law?*. Obtido de IMF Working Paper: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2010/wp10254.pdf>
- Lopes, A. B., & Martins, E. (2005). *Teoria da contabilidade: uma nova abordagem*. São Paulo: Atlas.
- Martins, J. A. (Março de 2020). A relevância da situação tributária/contributiva regularizada. *Revista Contabilística N.º 240*, 55.
- Moura, R., & Duarte, A. (2003). Dinamismo Económico e Responsabilidade Social na Europa. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 2 (1).
- My Assignment Help. (s.d.). *Evaluation of Corporate Governance Of Starbucks*. Obtido de [myassignmenthelp.com](https://myassignmenthelp.co.uk/freesample/evaluation-of-corporate-governance-of-starbucks): <https://myassignmenthelp.co.uk/freesample/evaluation-of-corporate-governance-of-starbucks>
- Narotzki, D. (Junho de 2017). *Corporate Social Responsibility and Taxation: A Chance to Develop the Theory*. Obtido de Papers.ssrn: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2977618
- Passos, C. (01 de Janeiro de 2017). *Governo das sociedades – diagnóstico da situação em Portugal*. Obtido de Universidade Católica Portuguesa: <https://doi.org/10.7559/gestaoedesenvolvimento.2017.361>

- Pires, A. R. (2016). *Sistemas de Gestão da qualidade - Ambiente, Segurança, Responsabilidade Social, Indústria e Serviços* (2ª Edição ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Reis, P. M. (Setembro de 2016). *A relação entre taxa efetiva de imposto e taxa nominal*. Obtido de Repositório do ISCTE-IUL: <http://hdl.handle.net/10071/13679>
- Resende, M. S. (2014). *Principais determinantes das divulgações exigidas pela IFRS 7 : o caso das empresas cotadas em Portugal*. Obtido de Repositório da Universidade de Lisboa: <http://hdl.handle.net/10400.5/7943>
- Rodrigues, J., Seabra, F., & Ramalho, J. (2009). *Cadernos Sociedade e Trabalho: Responsabilidade Social das Organizações, 11*. Lisboa: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social.
- Ruggie, J. G. (2013). *Just Business: Multinational Corporations and Human Rights*. New York : WW Norton & Company.
- Santos, J. A. (2009). *Corporate Governance”Desenvolvimentos recentes e a realidade Portuguesa*. Dissertação de mestrado: Universidade Aberta.
- Santos, J. R. (1992). *O que é comunicação*. Lisboa: Difusão Cultural.
- Scheiwiller, T., & Symons, S. (s.d.). *Corporate responsibility and paying tax*. Obtido de OECD Observer: https://oecdobserver.org/news/archivestory.php/aid/3132/Corporate_responsibility_and_paying_tax.html
- Scherer, L. M. (2006). *Valor adicionado: análise empírica de sua relevância para as companhias abertas que publicam a demonstração do valor adicionado*. São Paulo : Tese de Doutorado – Universidade de São Paulo – Departamento de Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.
- Silva, J. A. (2009). *Cadernos Sociedade e Trabalhos: Responsabilidade Social das Organizações, 11*. Lisboa: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social.
- Singapore Academy of Corporate Management. (s.d.). *Corporate Governance: Disclosure and Transparency*. Obtido de Singapore Academy.org : <https://singapore-academy.org/index.php/en/education/research-consulting/library/item/350-corporate-governance-disclosure-and-transparency>

- Spessatto, G., & Bezerra, F. (12 de Novembro de 2008). *Utilização das abordagens positiva e normativa nas pesquisas em contabilidade*. Obtido de Anais do congresso brasileiro de custos: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/1193/1193>
- Taborda, D. (2007). A relação entre a «performance» social e a «performance» económico-financeira. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão* n.º 3, 6. Obtido de Scielo Portugal: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-44642007000300005
- Taborda, D., & Martins, A. (2009). *O mecenato: uma perspectiva económico-fiscal*. Obtido de Scielo: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/egg/v14n3/v14n3a07.pdf>
- Teixeira, S. (2005). *Gestão das Organizações* (2.ª ed.). Lisboa: Mc Graw-Hill.
- Unpri. (30 de Março de 2016). *Why and how to engage on corporate tax responsibility*. Obtido de Principles for Responsible Investment: <https://www.unpri.org/governance-issues/why-and-how-to-engage-on-corporate-tax-responsibility/585.article>
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1986). *Positive accounting theory*. New Jersey: Prentice-hall.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1990). Positive accounting theory. *The Accounting Review*, 65 (1).

APÊNDICES

APÊNDICE 1 - Indústria e setor de atividade por empresa segundo o ICB

Indústria	Setor	Empresa
Indústria 10, Technology	Setor 101010, Software and Computer Services	Novabase, SGPS S.A.
Indústria 15, Telecommunications	Setor 151020, Telecommunications Service Providers	NOS, SGPS, S.A.
Indústria 15, Telecommunications	Setor 151020, Telecommunications Service Providers	Pharol, SGPS S.A.
Indústria 30, Financials	Setor 301010, Banks	Banco Comercial Português, S.A.
Indústria 40, Consumer Discretionary	Setor 405010, Travel and Leisure	Ibersol, SGPS, S.A.
Indústria 45, Consumer Staples	Setor 452010, Personal Care, Drug and Grocery Stores	Jerónimo Martins, SGPS, S.A.
Indústria 45, Consumer Staples	Setor 452010, Personal Care, Drug and Grocery Stores	Sonae, SGPS, S.A.
Indústria 50, Industrials	Setor 501010, Construction and Materials	Mota Engil, SGPS, S.A.
Indústria 50, Industrials	Setor 502030, General Industrials	Corticeira Amorim, SGPS, S.A.
Indústria 50, Industrials	Setor 502030, General Industrials	Sonae Capital, SGPS, S.A.
Indústria 50, Industrials	Setor 502060, Industrial Transportation	Ctt Correios Portugal, S.A.
Indústria 55, Basic Materials	Setor 551010, Industrial Materials	Altri, SGPS, S.A.
Indústria 55, Basic Materials	Setor 551010, Industrial Materials	Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.
Indústria 55, Basic Materials	Setor 551010, Industrial Materials	The Navigator Company, S.A.
Indústria 60, Energy	Setor 601010, Oil, Gas and Coal	Galp Energia, SGPS, S.A.
Indústria 65, Utilities	Setor 651010, Electricity	EDP - Energias de Portugal, S.A.
Indústria 65, Utilities	Setor 651010, Electricity	EDP - Renováveis, S.A.
Indústria 65, Utilities	Setor 651010, Electricity	REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.

Fonte: <https://live.euronext.com/pt/markets/lisbon>

ANEXOS

ANEXO 1

ANEXO 1 - Recolha de dados e apuramento da taxa efetiva de imposto das empresas do PSI 20

Empresa	Volume de Negócios	Resultado antes de impostos	Impostos sobre o rendimento	Resultado líquido do exercício	Taxa	Taxa divulgada
Altri, SGPS, S.A.	777 610 801,00 €	250 639 767,00 €	(56 142 414,00) €	194 497 353,00 €	22,40%	22,50%
Banco Comercial Português, S.A.	636 000 000,00 €	558 209 000,00 €	(138 017 000,00) €	420 192 000,00 €	24,72%	24,72%
Corticeira Amorim, SGPS, S.A.	763 117 000,00 €	102 002 000,00 €	(19 393 000,00) €	82 609 000,00 €	19,01%	19,00%
Ctt Correios Portugal, S.A.	685 944 622,00 €	32 397 533,00 €	(12 755 279,00) €	19 642 254,00 €	39,37%	39,37%
EDP - Energias de Portugal, S.A.	15 278 085 000,00 €	1 041 092 000,00 €	(99 666 000,00) €	941 426 000,00 €	9,57%	9,60%
EDP - Renováveis, S.A.	1 712 771 000,00 €	535 611 000,00 €	(63 442 000,00) €	472 169 000,00 €	11,84%	11,84%
Galp Energia, SGPS, S.A.	17 182 000 000,00 €	1 687 000 000,00 €	(736 000 000,00) €	951 000 000,00 €	43,63%	43,60%
Ibersol, SGPS, S.A.	450 110 842,00 €	29 141 059,00 €	(4 070 309,00) €	25 070 750,00 €	13,97%	14,00%
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	17 336 708 000,00 €	561 790 000,00 €	(131 930 000,00) €	429 860 000,00 €	23,48%	22,50%
Mota Engil, SGPS, S.A.	2 801 749 000,00 €	135 131 000,00 €	(41 734 000,00) €	93 397 000,00 €	30,88%	30,90%
NOS, SGPS, S.A.	1 552 031 000,00 €	170 178 000,00 €	(29 276 000,00) €	140 902 000,00 €	17,20%	17,20%
Novabase, SGPS S.A.	148 723 000,00 €	6 114 000,00 €	(1 100 000,00) €	5 014 000,00 €	17,99%	18,00%
Pharol, SGPS S.A.	-	(18 153 788,00) €	12 505 345,00 €	(5 648 443,00) €	-	-
REN - Redes Energéticas Nacionais, SGPS S.A.	567 488 000,00 €	199 453 000,00 €	(58 471 000,00) €	140 982 000,00 €	29,32%	29,30%
Semapa - Sociedade Investimento Gestão, SGPS, S.A.	2 197 967 901,00 €	244 821 358,00 €	(43 650 193,00) €	201 171 165,00 €	17,83%	17,83%
Sonae Capital, SGPS, S.A.	222 677 957,00 €	1 011 671,00 €	(805 629,00) €	206 042,00 €	79,63%	-
Sonae, SGPS, S.A.	5 950 659 890,00 €	289 207 734,00 €	(28 778 374,00) €	260 429 360,00 €	9,95%	-
The Navigator Company, S.A.	1 691 627 494,00 €	280 672 310,00 €	(55 534 992,00) €	225 137 318,00 €	19,79%	19,79%